

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR**  
**FACULTAD DE ECONOMÍA**

**Disertación previa a la obtención del título de Economista**

***Competitividad turística de la ciudad de Quito - Ecuador y su  
sostenibilidad en el tiempo.***

**Carlos Eduardo Guerrero Valencia**

guerrero.val@hotmail.com

**Director: Jorge Medina**

jmedinaq@cablemodem.com.ec

**Quito, Mayo del 2013**

## ***Resumen***

La investigación examinó el sector turístico de la ciudad Quito, a través de los factores tanto internos como externos que permiten su desenvolvimiento y que están relacionados directa e indirectamente con el mismo, a través de fuentes de información primarias, secundarias y un modelo específico para la competitividad turística. Si bien la ciudad, se encuentra en una buena posición competitiva por la gestión que se ha venido realizando con relación al sector turístico y a su entorno, así como por los factores y recursos de soporte que permiten acceder a sus atractivos, se encontraron varias debilidades que la ciudad tendrá que afrontar para posicionarse como un destino competitivo y sostenible: alto nivel de delitos contra personas, problemas de movilidad que generan niveles elevados de ruido y contaminación ambiental, limitada conectividad aérea, insuficiente promoción, así como deficiencias en la calidad. Quito tendrá que enfrentar una creciente competencia turística en el mundo, un entorno económico inestable, sobre todo en países Europeos y Estados Unidos, así como problemas relacionados con imagen y conflictos políticos en el país. La eficiencia económica, la conservación ambiental y la equidad social garantizarán un crecimiento sostenible de la actividad y permitirán que las expectativas de crecimiento futuras sean positivas para el sector.

***Palabras clave:*** Turismo, competitividad, sostenibilidad.

*A mis padres, quienes me dieron la oportunidad de vivir para entre otras cosas, hacer el presente trabajo. A la Universidad, por los conocimientos ganados en la misma y a mi tutor, el profesor Jorge Medina, por todo su apoyo.*

# ***COMPETITIVIDAD TURÍSTICA DE LA CIUDAD DE QUITO-ECUADOR Y SU SOSTENIBILIDAD EN EL TIEMPO***

<b>Introducción</b>	5
<b>Metodología del Trabajo</b>	9
<b>Fundamentos teóricos</b>	11
Definición y componentes del turismo	11
Oferta y demanda turística	15
Beneficios y Costos del sector turístico	25
Competitividad y sostenibilidad turística	36
Políticas públicas para la competitividad y sostenibilidad turística	45
<b>El turismo en el mundo: Evolución y Perspectivas</b>	49
Evolución del turismo en el mundo	49
El sector turístico en la era contemporánea	52
Efectos económicos del turismo en el mundo	58
<b>El sector turístico ecuatoriano</b>	62
Evolución	62
Oferta turística ecuatoriana	64
Infraestructura turística	66
Turismo y conservación del medio ambiente	68
Turismo receptor y emisor	69
Ingresos, egresos y balanza turística	76
Turismo interno	77
<b>Competitividad y sostenibilidad del sector turístico de Quito</b>	79
Características generales de Quito	80
Recursos turísticos y de soporte de Quito	82
Entorno donde se desarrolla la actividad turística	99
Características y percepciones de la demanda	128
<b>Análisis F.O.D.A</b>	142
<b>Conclusiones</b>	146
<b>Recomendaciones</b>	148
<b>Bibliografía</b>	149

## ***Introducción***

El sector turístico y sus implicaciones económicas, sociales y medio ambientales están tomando cada vez mayor relevancia en el mundo, sobre todo en países emergentes que tienen una oferta turística en maduración. Para estos, el turismo está constituyendo una importante fuente de divisas que se inyecta a diversos sectores de la economía por el efecto multiplicador que este tiene en la sociedad.

Tanto la llegada de turistas como los ingresos generados, muestran que el sector turístico continúa en constante auge desde la segunda mitad del siglo XX. La llegada de turistas no ha dejado de crecer sustancialmente en todo el mundo, ha aumentado en periodos de auge económico, ha moderado su crecimiento en periodos de recesión y se ha recuperado rápidamente tras un periodo de crisis; lo que muestra la relación existente entre la actividad turística y el desenvolvimiento económico. Este proceso se ha constituido como un fenómeno que en gran medida caracteriza a la sociedad actual, en el cual interviene una gran variedad de sectores económicos, con lo cual la naturaleza misma de la actividad turística es un resultado complejo de interrelaciones entre diferentes factores y actores que hay que analizar conjuntamente desde una visión dinámica.

La globalización ha intensificado la competencia de todas las industrias de la economía, “mientras la industria turística y hotelera continúen prosperando en la economía global, la competencia -sea internacional o domestica entre los miembros de la industria- será feroz. El posicionamiento de ventajas competitivas sería la clave del éxito para los involucrados”. (Tsai, Song y Wong, 2009:522). Igualmente, las características de la demanda también han cambiado: ahora se encuentra un turista con mayor disponibilidad de información y experiencia, con lo cual los destinos turísticos se han visto en la necesidad de innovar, mejorar los procesos de producción y especializarse, como medio de adaptación a los cambios generados en la estructura económica por la globalización.

En este sentido, un destino turístico no es aquel que tiene más y mejores atractivos, sino aquel que tiene un entorno adecuado para que los atractivos naturales, históricos o patrimoniales sean accesibles. El turista, por un lado percibe el objeto principal de atracción pero, como soporte del mismo, están todos aquellos factores que permiten acceder a él de forma adecuada y que dan un realce al mismo, como la infraestructura, seguridad, transporte, calidad del producto, hospitalidad, etc. Para esto es necesario desarrollar, dentro de un marco de sostenibilidad, ventajas competitivas que den un valor agregado al destino turístico, generadas a través de acciones planificadas en la cual intervengan todos los actores públicos y privados del sector.

Para el año 2012 el mundo tuvo un total de 1.035 millones de turistas, por lo que se registró un incremento del 3.8%, los ingresos, a su vez, generaron casi un billón de dólares. Este escenario se edificó a pesar de la inestabilidad económica por la que están atravesando los países Europeos y Estados Unidos, con lo cual se evidencia la importancia de las actividades turísticas en las economías como alternativa para el desarrollo de los países.

Del total de turistas mundiales, América del Sur tiene una cuota de mercado de apenas el 2.60% para el 2012, con 26,9 millones de turistas<sup>1</sup>, con lo cual se aprecia que el potencial que tiene la región en el ámbito turístico es inmenso, tomando en cuenta los atractivos únicos que esta posee.

El Ecuador ha seguido la dinámica de crecimiento mundial, aunque no en las mismas proporciones. En la última década ha pasado de 627 090 turistas en el año 2000 a 1 140 978 en el año 2011, lo que muestra un crecimiento del 81.95% en este periodo y un crecimiento promedio anual del 6.99%. A la luz de lo precedentemente expuesto, es preciso mencionar que el turismo, de este modo, constituye uno de los sectores de mayor dinamismo en la economía nacional. En el año 2011 ingresaron al país por este concepto \$843,5 millones de dólares, esto ha ubicado al turismo en el sexto puesto en la generación de ingresos nacionales, comparado con los principales productos de exportación.

Pese al incremento registrado tanto en turistas como en ingresos de divisas, el Ecuador no está posicionado como un destino turístico en la visión de las y los turistas en el mundo. Para el año 2011 se ubicó en el puesto número 14 de 19 países en América Latina, por la cantidad de entrada de turistas, teniendo una cuota de mercado del 2.7% en la misma. Sin embargo las expectativas de crecimiento asociadas a una buena planificación del sector son importantes.

El sector turístico en el Ecuador es un componente muy importante para la generación de ingresos, empleo y producción; ha permitido el crecimiento de sectores de alimentación, alojamiento, transporte, intermediación, entre otros. Razón por la cual es necesario planificar adecuadamente su desarrollo y la conservación de los recursos utilizados en el mismo, a través de la necesaria adopción de una visión de la actividad a largo plazo.

La ciudad de Quito, en términos turísticos, es muy importante para el Ecuador pues constituye uno de sus principales focos de atracción; figura como el principal punto de entrada de turistas, así como el principal punto de partida hacia otros destinos turísticos del país como las Islas Galápagos, el Oriente, playas, etc. Desde este prisma, las características turísticas de Quito, con todos los elementos que las determinan, son componentes fundamentales de la experiencia turística que ofrece el país.

Quito posee una amplia diversidad de atractivos históricos, culturales y modernos. El Centro Histórico de Quito, constituye el principal. Fue la primera ciudad del mundo en ser declarada Patrimonio Cultural de la Humanidad por la UNESCO en 1978, además, está considerado como el mejor centro histórico preservado de América; contiene más de 300 manzanas de casas coloniales, parques, iglesias, monasterios y edificios históricos. Al centro histórico se suma el teleférico, el complejo de la mitad del mundo y la zona de la mariscal como principales lugares turísticos de la ciudad<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> Cifras preliminares, Organización Mundial de Turismo. **Barómetro del turismo mundial enero 2013.**

<http://mkt.unwto.org/es/barometer> Barómetro OMT enero – 2013, Volumen 11.

<sup>2</sup> Según: Quito-Turismo **Plan estratégico de turismo de Quito, Plan Q 2012.**

<http://www.optur.org/quito-plan-turistico-2012.html>

La ciudad, ciertamente, se encuentra rodeada de una amplia gama de recursos naturales diversos y únicos.. Su ubicación, la gran diversidad natural que presenta el Ecuador, así como la red vial de primer orden que se ha consolidado en los últimos años, permite al turista acceder a entornos y pisos climáticos totalmente distintos en muy poco tiempo: desde el bosque subtropical de Mindo, al páramo típico de montaña del Cayambe o al Cotopaxi, como los lugares más cercanos.

Tomando en cuenta la amplia gama de oferta turística que tiene la ciudad y lo sensibles que pueden ser sus atractivos, es de vital importancia usar de manera eficiente y sostenible los recursos turísticos que esta posee. El turismo es una actividad que por su naturaleza misma usa el espacio y lo que le rodea como base de la experiencia turística. Los problemas ambientales y sociales asociados a un manejo turístico sin planificación pueden ser permanentes y perjudiciales para las futuras generaciones, es por esto que competitividad y sostenibilidad son conceptos complementarios sobre los cuales se debe planificar el sector turístico de Quito.

El potencial para desarrollar el sector, producto de las ventajas comparativas que tiene la ciudad, es incalculable, pero los problemas que están asociados al mismo no dejan de ser importantes y atañen al desarrollo del país en general. La ciudad presenta altos niveles de delitos contra personas, insuficiente promoción, limitada conectividad aérea, niveles elevados de ruido y contaminación ambiental, así como equipamiento turístico de baja calidad, sobre todo en parroquias y alrededores.

El sector turístico de Quito, si bien presenta varias debilidades y amenazas a superar, se encuentra en una buena posición competitiva por la gestión que se ha venido realizando con relación al sector turístico y a su entorno, por los factores y recursos de soporte que permiten acceder a sus atractivos, así como por mantener un entorno político y económico estable. La eficiencia económica, la conservación ambiental y la equidad social garantizarán un crecimiento sostenible de la actividad, según Hall (2000), y permitirán que las expectativas de crecimiento futuras sean positivas para el sector.

La investigación evaluará la competitividad y sostenibilidad del sector turístico en la ciudad de Quito. Se hará un análisis del sector en cuanto a los atractivos que este posee, el estado y la conservación de los mismos, así como los demás factores que acompañan a la experiencia turística, para de este modo determinar las principales debilidades y fortalezas que la ciudad posee, así como las oportunidades y amenazas que tendrá que enfrentar el sector.

Desde este marco, se procederá desde la base que otorga el sustento teórico, a analizar el fenómeno turístico *per se* con sus definiciones, componentes de oferta y demanda e interacciones que estas tienen en el mercado. Además, el efecto multiplicador que tiene el sector en la economía, así como la necesidad de la intervención del Estado por la existencia de fallas de mercado y externalidades. Estos factores serán abordados desde una perspectiva macro y micro económica. Con este sustento se analizarán los beneficios y costos que incurre la actividad turística para, de esa manera, obtener una visión objetiva del mismo.

A partir de este sustento teórico-económico como base, el trabajo se enfocará en el Modelo integrado de competitividad turística de Dwyer y Kim (2003), con el cual se completará el soporte teórico necesario para la realización efectiva de la investigación.

En el capítulo uno se analizará la coyuntura turística en el mundo, su evolución y perspectivas, se tomará en cuenta sus principales determinantes y los efectos que tiene en la economía. Este será el punto de partida a partir del cual se conocerá la macro estructura turística y sus incidencias. El escenario turístico mundial será la base desde la que se analizará, en el Capítulo dos, el sector turístico ecuatoriano, con sus principales características y determinantes, como medio para entender el contexto en el que se encuentra el sector turístico en la ciudad de Quito, el que será indagado en el capítulo tres. En este capítulo se precisarán las características generales de la ciudad, para *a posteriori* abordar los determinantes de la competitividad y sostenibilidad turística de la ciudad en función de los modelos propuestos.

Los principales resultados de la investigación devendrán el trasfondo desde el que se realizará el análisis FODA. El entorno, tanto interno como externo, constituirá un factor inexorable; se precisarán sus Fortalezas, Debilidades, Amenazas y Oportunidades. Es en esta atmósfera en la que se establecerán estrategias que permitan el desarrollo competitivo y sustentable del sector en el tiempo.

La investigación, no estará enfocada en una visión cuantitativa del turismo, que toma en cuenta únicamente la masificación en la entrada de turistas, visión que ha tenido efectos perjudiciales para el medio ambiente y la sociedad en muchos destinos. El estudio tendrá una visión cualitativa, que se enfocará en el entorno que está inmerso el Ecuador y Quito, evaluando los incentivos que este genera para la innovación, el mejoramiento de la calidad y la conservación de los recursos.



## ***Metodología del trabajo***

Las principales características de la investigación serán las siguientes:

**Descriptiva:** Por el nivel de conocimientos que se van a adquirir, ya que se pretende caracterizar los principales actores turísticos de la ciudad de Quito, así como encontrar las propiedades e interacciones que forman parte del sector turístico en la ciudad a través de la medición y análisis de sus principales variables.

**Documental:** Por la clase de medios utilizados para obtener los datos. La investigación se fundamentará en la consulta de documentos (libros, revistas, periódicos, memorias, anuarios, registros, etc.)

**Aplicada:** Por el propósito o finalidades perseguidas, pues se partirá de un sustento teórico de soporte, el cual ayudará a guiar la praxis, con la cual se estudiará lo que está sucediendo en el sector turístico ecuatoriano y concretamente en la ciudad de Quito, en sus diferentes niveles de operación, problemas, percepciones de los actores, acciones de los entes de planificación, fortalezas, debilidades y amenazas, estado de los recursos, entre otros. A partir de esto se podrá proponer ejes de acción para desarrollar el sector.

Los modelos teóricos aplicados en el presente trabajo son de carácter explicativo mas no predictivo ni causal y, entre la fusión de la teoría y su aplicación, se determinará la competitividad del sector turístico de la ciudad de Quito y su sostenibilidad en el tiempo

### ***Técnicas de investigación***

La investigación conjugará las siguientes técnicas para acceder a la información:

Como medio para acceder a información y opiniones de personajes representativos del sector turístico del Ecuador y la ciudad, así como también de personas que están dentro de la cadena de valor del sector, se utilizará como técnica de investigación la **Entrevista**, a través de esta se podrá, no solo acceder a la opinión y sugerencias de expertos en el tema, sino que además se avizorará la posibilidad de comprender el estado del sector en tanto, por medio de este recurso investigativo, es factible tener un contacto directo con los actores turísticos.

Para caracterizar a la demanda y analizar la percepción que ésta tuvo sobre la experiencia turística en la ciudad, se tomará como referencia las encuestas realizadas por Quito-Turismo en el Aeropuerto mariscal Sucre a los turistas no residentes que arribaron a la ciudad en los siguientes meses: Junio 2008; Junio 2009; Junio 2010; Agosto 2011 y Junio 2012.

El análisis de la oferta se fundamentará en el catastro de servicios turísticos del Ministerio de Turismo, el Censo Nacional Económico y de Quito-Turismo.

## ***Fuentes de información***

La investigación usará fuentes de información primaria y secundaria, las cuales permitirán estudiar el sector turístico Ecuatoriano para luego enfocarnos en la ciudad de Quito, con todos sus determinantes.

**Fuentes de información primarias:** las entrevistas proporcionarán información sobre los sectores de apoyo, la estructura y rivalidad de las empresas, así como el papel que cumple tanto el gobierno central como regional en el desenvolvimiento del sector. Se realizará entrevistas a los principales representantes del sector turístico de instituciones públicas y privadas, de los cuales se podrá obtener información relevante del sector para el análisis del mismo.

**Fuentes de información secundarias:** El análisis teórico y estadístico se apoyará en libros, tesis, monografías, documentos, notas de prensa y publicaciones de distintas organizaciones como el Ministerio de Turismo del Ecuador, la Corporación Quito turismo, Inec, La Organización Mundial de Turismo, El foro económico mundial, Fondo Monetario Internacional, Banco central del Ecuador, entre otros, esto otorgará información sobre la demanda turística, la condición de los factores, la condición de las empresas del sector y el efecto del Gobierno en la economía.

## ***Tratamiento de la información***

La información derivada de las entrevistas será procesada y organizada en función a los distintos ejes temáticos que se desarrollarán en la tesis. Esta labor contribuirá a generar información que beneficiará al sector turístico en la medida en la que aportará con la puesta en escena de los distintos puntos de vista de diversos escenarios.

La revisión de la bibliografía de libros, tesis, monografías, documentos, notas de prensa y publicaciones será *ex-ante* y durante el desarrollo de la tesis. En cuanto a libros y tesis, se harán resúmenes que muestren los detalles más importantes del texto y se los organizará por temática, esto facilitará la posterior búsqueda de información.

Los datos estadísticos tomados del Ministerio de Turismo, Quito Turismo, Banco Central, Organización Mundial de Turismo, etc., tendrán que ser debidamente organizados, en función a los requerimientos del trabajo; se realizará tablas y gráficos que permitan facilitar la comprensión de los mismos, devendrán un componente fundamental para llegar a conclusiones fundamentadas sobre el sector turístico.

Con esta información se alimentará los modelos teóricos de sustento, con lo cual se podrá explicar la competitividad de sector turístico en la ciudad de Quito y su sostenibilidad en el tiempo

## ***Fundamentos teóricos***

El presente trabajo se centra en la sinergia existente entre competitividad y sostenibilidad para el desarrollo de un destino turístico, se procederá con el sustento teórico de la siguiente manera: se partirá desde el análisis del sector y sus definiciones, componentes de oferta y demanda e interacciones que éstas tienen en el mercado.

Estos factores serán abordados desde una perspectiva macro y micro económica. Como segundo aspecto se analizarán los beneficios y costos que incurre la actividad turística, donde se encontrará; el efecto multiplicador que tiene en la economía, así como los costos económicos, sociales y ambientales de la actividad, para tener una visión objetiva de la misma. Una vez que este sustento teórico-económico se haya erigido, constituirá el pedestal desde el que se fundamentará la indagación *a posteriori*, el trabajo, de esa manera, se enfocará en la competitividad y sostenibilidad del sector turístico, definiendo y caracterizando los factores que permiten que un destino turístico sea competitivo y sostenible. Se hará uso del siguiente modelo:

- **Modelo integrado de competitividad turística por Dwyer y Kim (2003):** En el cual se establece que los dos grandes grupos que determinan la competitividad turística son los recursos y el entorno en el que está inmerso un destino turístico.

Este modelo trata de determinar la competitividad de un destino turístico a partir de un análisis global del sector y el entorno en el que está inmerso. En este contexto, la sostenibilidad y a la competitividad actúan como dos conceptos interdependientes y necesarios para el desarrollo eficiente y armónico del sector turístico.

Finalmente se analizará la necesidad de intervención del Estado, a través de políticas públicas, por la existencia de fallas de mercado y externalidades. Con lo cual se completará el sustento teórico necesario para la realización efectiva de la investigación.

## **Definición y componentes del turismo**

Por su carácter multidisciplinar, es difícil encontrar un consenso a la hora de definir al turismo. Sin embargo se ha partido de ciertos conceptos afines y grupos que participan en la experiencia turística<sup>3</sup> para lograr una definición consistente y de carácter universal por el momento (Véase la Tabla 1).

Los conceptos afines son elementos primordiales para la existencia de la actividad turística; lo posibilitan y forman parte misma de la actividad. Los grupos que participan en la actividad son los elementos dinámicos a través de los cuales se cristaliza el desarrollo de la misma, su planificación e innovación.

---

<sup>3</sup> Conceptos afines tomado de: Sáez Antonia, Martín Pablo, Pulido Juan (2006) *Estructura económica del turismo*, España: Síntesis. Grupos que participan tomado de: Goeldner Charles, Ritchie Brent (2011) *Turismo: Planeación, administración y perspectivas*, (3ª ed) México: Limusa.

**Tabla 1:** Conceptos afines y grupos participantes del turismo

Conceptos afines	Grupos que participan
Tiempo Libre	El turista
Ocio	Los negocios que proporcionan bienes y servicios al turista
Esparcimiento	El gobierno de la comunidad o área anfitriona
Viaje	La comunidad anfitriona

**Fuente:** Sáez Antonia, Martín Pablo, Pulido Juan (2006) *Estructura económica del turismo*, España: Síntesis. Goeldner Charles, Ritchie Brent (2011) *Turismo: Planeación, administración y perspectivas*, (3ª ed) México: Limusa.

**Elaboración:** Eduardo Guerrero

Tomando en cuenta la cantidad de sectores y elementos que forman el turismo, la delimitación correcta de la actividad ha constituido un problema serio a la hora de definir al turismo como actividad económica. Así, después de varios intentos, correcciones y aportes<sup>4</sup> la OMT en el año 2000 formuló la siguiente definición de turismo:

El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros motivos no relacionados con el ejercicio de una actividad remunerada en el lugar visitado. OMT (2000)

Así, esta constituye una clara definición que engloba diferentes aspectos fundamentales de la experiencia turística como: motivaciones, acotación temporal, delimitación y localización de la actividad turística como la actividad realizada (fuera de su entorno habitual).

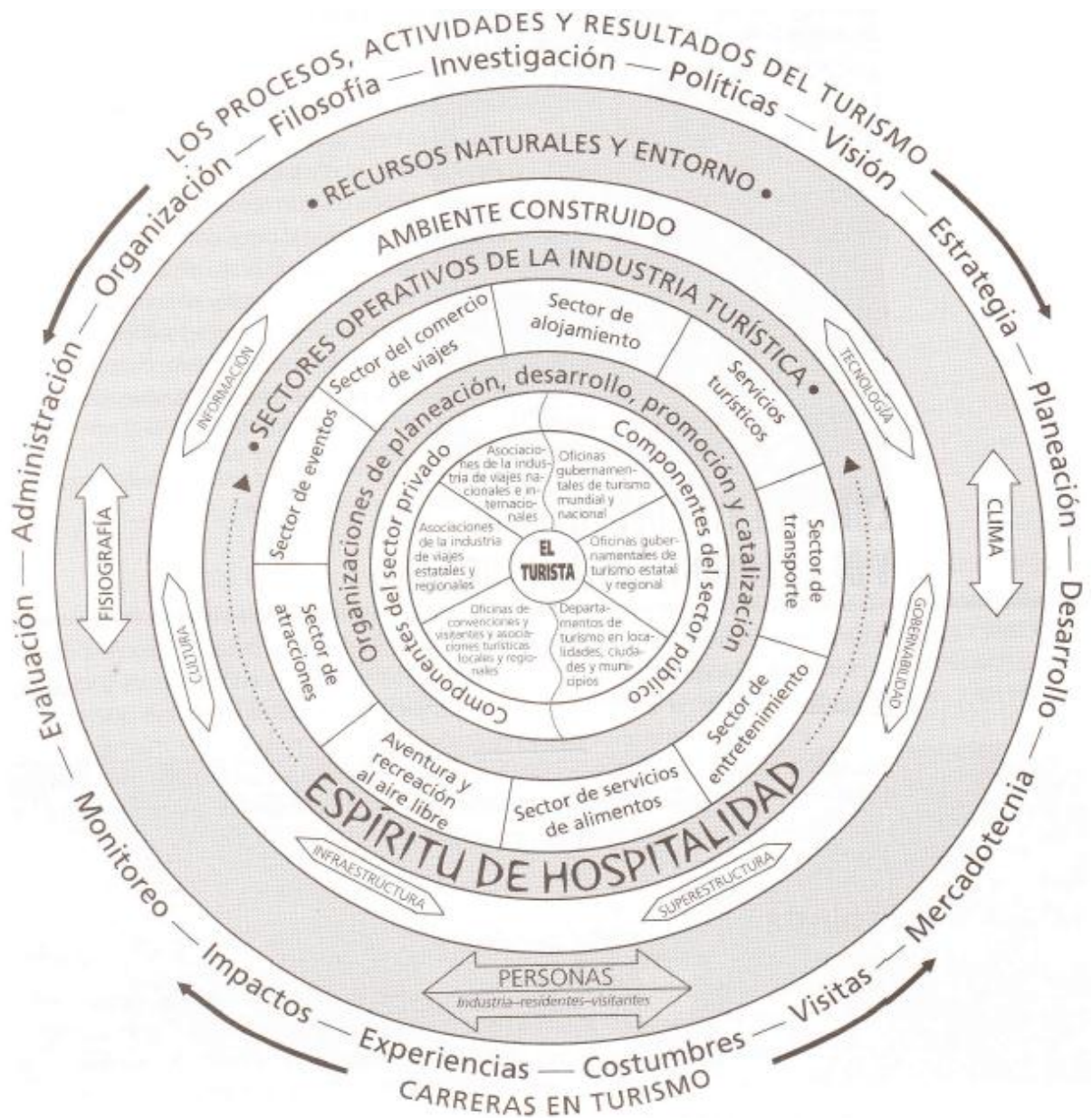
El turismo tiene un sinnúmero de componentes que deben ser analizados necesariamente, en conjunto con sus distintas interacciones y resultados para poder comprender los alcances que tiene la actividad en las sociedades.

En el gráfico 1 se intenta describir la complejidad de las relaciones entre numerosos componentes del fenómeno turístico. Si no solo se agrupan los principales factores, sino además los procesos y resultados que arroja la actividad, se puede apreciar que la naturaleza misma de la actividad turística es un resultado complejo de interrelaciones entre diferentes factores y actores que hay que analizar conjuntamente desde una visión dinámica.

---

<sup>4</sup> Para profundizar la evolución en el desarrollo de la definición del turismo, se recomienda ver Sancho, Amparo (1997:45-47) *Introducción al Turismo*. Organización Mundial de Turismo.

**Gráfico 1:** Componentes del turismo y de la administración turística



**Fuente y elaboración:** Goeldner Charles, Ritchie Brent (2011:14) *Turismo: Planeación, administración y perspectivas*, (3ª ed) México: Limusa.

Como también lo apunta Dwyer & Kim (2003), se tiene como base de la experiencia turística, los recursos naturales y el entorno, así como el ambiente construido en donde figuran la infraestructura, tecnología, cultura, gobernabilidad e información. Tanto el entorno natural como el creado serían las referencias físicas del turismo.

Los sectores operativos que forman parte de la experiencia turística son los siguientes:

**Servicios de alojamiento**

- Hoteles y otros servicios de alojamiento

**Servicios de provisión de alimentación y bebidas****Servicios de transporte de pasajeros**

- Ferrocarril
- Carretera
- Marítimo
- Aéreo
- Servicios anexos al transporte de pasajeros
- Alquiler de bienes de equipo para el transporte de pasajeros
- Servicios de mantenimiento y reparación de bienes de equipo para el transporte de pasajeros.

**Servicios de las agencias de viajes, operadores y guías turísticos.**

- Agencias de viajes
- Operadores turísticos
- Servicio de información turística y de guías turísticos

**Servicios culturales**

- Desarrollo artístico
- Museos
- Otros servicios culturales

**Servicios recreativos y otros sectores de entretenimiento**

- Deportes y servicios deportivos recreativos
- Otros servicios para la diversión y el recreo.

**Servicios turísticos diversos**

- Servicios financieros y de seguros
- Otros servicios de alquiler de bienes
- Otros servicios turísticos

Todos estos sectores son regulados por organizaciones tanto públicas como privadas de planificación, desarrollo y administración turística. Es necesario entender la naturaleza de los procesos y actividades que se llevan a cabo dentro del sistema turístico, que son lo que generan resultados en la esfera social.

## Oferta y demanda turística

El mercado turístico, como cualquier otro, implica la existencia de la interacción entre la oferta y la demanda, de la cual se deriva el precio, cantidades ofrecidas, calidad, diversificación, etc. La primera está relacionada con los bienes, servicios e infraestructura ofrecidos por el destino turístico, provenientes de empresas vinculadas al sector público y privado. Mientras que la segunda, la demanda, representa el deseo de comprar bienes, servicios y experiencias en general por parte de los turistas.

La interacción entre oferta y demanda determinará un precio de mercado. Los oferentes competirán por captar el mercado vía precios, innovación, especialización, calidad, exclusividad, dependiendo el segmento al que se apunte para maximizar sus ganancias. Los demandantes intentarán encontrar la mejor relación entre precios y calidad junto con las expectativas que tengan sobre una experiencia turística en particular.

A continuación se analizará de forma general tanto la oferta como la demanda del sector turístico con sus características y determinantes.

### Oferta turística

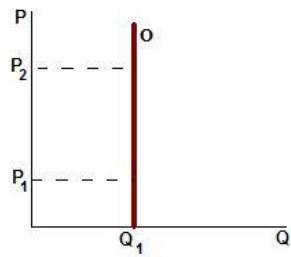
La oferta es un concepto económico que hace referencia a las cantidades de producto que desean vender las empresas a un precio determinado. En el caso del turismo, la red de empresas turísticas intentará vender sus servicios a la demanda, es decir, a los turistas. La oferta turística es muy amplia, se tienen profesionales del turismo como guías turísticos y pequeños establecimientos de alojamiento, hasta grandes hoteles, instituciones públicas de apoyo, restaurantes, etc.

**Características económicas del producto turístico:** Económicamente, el producto turístico presenta las siguientes características, según Sáez, Martín y Pulido (2006) y Vellas (2004):

- Está formado por un conjunto de diversos servicios
- Es intangible, al ser un servicio y no un bien (en muchos casos).
- Es perecedero, se consume en el momento de su producción.
- Su producción no se puede almacenar.
- La no utilización es siempre costosa.
- Es subjetivo, cada turista vive el producto de modo distinto.
- La oferta es inelástica en el corto plazo, sin embargo elástica en el largo plazo.
- Tiene carácter estacional.

Al analizar la oferta turística se debe tomar en cuenta el tiempo necesario que se toman las empresas para la producción de sus productos. En el caso de muchas empresas turísticas, como es el caso de las empresas de alojamiento, compañías aéreas, etc., su oferta es fija en el corto plazo (Véase el gráfico 2) en donde, aunque se incrementen los precios, no podrán de un día para el otro ofrecer más de lo que su capacidad les permita, pues tendrían que incurrir en construcciones y adquisiciones costosas planificadas para un mediano y largo plazo.

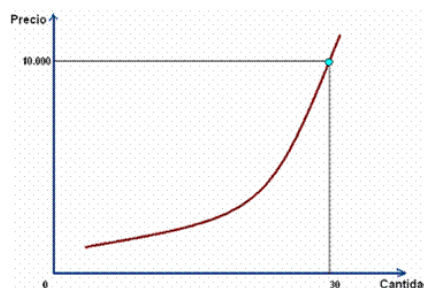
### Gráfico 2: Curva de oferta en el corto plazo



**Fuente y elaboración:** <http://www.auladeeconomia.com/microap-material3.htm>

Al largo plazo, la curva de oferta toma la forma típica de la oferta, en la cual la oferta crece según lo hagan los precios. En el largo plazo el incremento de los precios será suficiente incentivo para la construcción de nuevos hoteles u otros establecimientos turísticos.

### Gráfico 3: Curva de oferta en el largo plazo



**Fuente y elaboración:**

<http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/sedes/manizales/4010043/lecciones/5ofertydeman2.htm>

En los gráficos se observa cómo la cantidad ofrecida está en función de los precios, sin embargo, como señala Sáez, Martín y Pulido (2006), entre los factores que pueden influir en las decisiones de las empresas turísticas para ofrecer más o menos cantidad en el mercado y así provocar su desplazamiento, destacan el precio de los factores productivos ( $r$ ), el precio de otros bienes turísticos ( $P_i$ ), la tecnología disponible para producir ( $k$ ) y factores como la moda, políticas, el clima, entre otros ( $v$ ), los cuales en conjunto forman la función de oferta turística extendida.

$$q_0 = f(p, r, P_i, k, v)$$

**Precios ( $p$ ):** Los cambios en los precios, tienen una relación positiva con la cantidad ofrecida, así la curva de oferta también es positiva. Si los precios suben, los productores desearán ofertar más bienes y servicios turísticos. Todo lo contrario si los precios bajan.



Las variaciones en los precios *Ceteris paribus*, conlleva desplazamientos a lo largo de la curva, por el incremento o disminución en la producción por la incorporación o cierre de algunas empresas turísticas.

**Precios de los factores de producción ( $r$ ):** El cambio en los precios de los factores de producción conllevará el encarecimiento o disminución de los costos de producción, con lo cual los beneficios se verán afectados negativa o positivamente, así como la cantidad ofrecida. Los precios de los factores de producción se ven reflejados en la tasa de interés, salarios, materias primas, suelo, alquileres, componentes y bienes intermedios.

**Precio de otros bienes y servicios turísticos ( $P_i$ ):** Los cambios en los precios de bienes y servicios turísticos de ciertos sectores, pueden incentivar a ciertas empresas a cambiar el giro del negocio que tengan si es que ven posibilidades de mayores ingresos en el sector que se han incrementado los precios. Esto desplazaría positivamente la curva de oferta de unos y negativamente de otros sectores turísticos. Si, por ejemplo, se incrementan los precios en el sector del catering, es posible que muchos restaurantes dediquen un mayor esfuerzo y recursos en el catering para incrementar sus beneficios.

**Tecnología ( $k$ ):** El mejoramiento de la tecnología permite ofrecer una mayor cantidad de bienes y servicios, pues reduce costos, mejorando la eficiencia en el uso de recursos y la productividad total de una empresa, provocará el desplazamiento positivo de la curva de oferta.

**Factores relacionados con la demanda ( $v$ ):** La oferta y la demanda son conceptos interdependientes. Los cambios que experimente la demanda por el incremento del ingreso, extensión de edad de jubilación, modas, imprevistos climáticos, incremento o disminución en los precios de bienes, servicios y destinos sustitutos, etc., modificará la oferta, pues esta se tiene que ajustar a la demanda.

El móvil principal de la oferta son los beneficios obtenidos de su actividad y, en función de su obtención, ésta se ajustará ante los distintos cambios que pueda haber en el mercado.

Además de los factores mencionados, la oferta de un servicio turístico estaría también en función de impuestos y subvenciones disponibles para el sector, las políticas y estrategias turísticas de los gobiernos centrales, el clima, entre otros.

Con lo cual se observa que la oferta de un bien o servicio turístico está influenciada por varios factores que determinarán las cantidades ofrecidas en el mercado turístico.

### **Componentes globales de la oferta turística**

La oferta turística según Sancho (1997: 51) se define como “El conjunto de productos turísticos y servicios puestos a disposición del usuario turístico en un destino determinado, para su disfrute y consumo”, sin embargo, Goeldner y Ritchie (2011), amplían el alcance de la misma: la oferta turística no está solo compuesta por los sectores que permiten su operatividad, sino también por los recursos naturales, culturales y elaborados por el hombre (Véase el gráfico 4). Así, en la oferta turística intervienen varios actores públicos y privados relacionados con la infraestructura y los negocios

turísticos, así como los pobladores locales, su espíritu de hospitalidad y su cultura. En este sentido, la oferta puesta a disposición de la demanda constituye algo más que la suma de los productos turísticos que contiene; representa un todo integrado: los servicios netamente turísticos y los no turísticos, la imagen general del destino, etc.

#### Gráfico 4: Componentes de la oferta turística



**Fuente:** Goeldner Charles, Ritchie Brent (2011:375) *Turismo: Planeación, administración y perspectivas*, (3ª ed) México: Limusa

**Elaboración:** Eduardo Guerrero

Como factor primigenio de la oferta turística se encuentran los **recursos naturales y el ambiente** que dispone una localidad. Aquí se incluyen el aire, clima, agua, geografía, terreno, su flora y fauna, playas, bellezas naturales, etc.

El uso planificado y sostenible de los recursos naturales es fundamental para no comprometer el buen desarrollo de la actividad turística en el futuro.

Sobre el factor primigenio se encuentra el **ambiente creado por el hombre**, representado por la infraestructura que se refiere a los sistemas de abasto de agua, alcantarillado, disponibilidad de energía eléctrica, instalaciones comerciales, etc. Y la superestructura turística que incluye instalaciones construidas principalmente para respaldar las visitas y actividades de los turistas: los aeropuertos, vías férreas, carreteras, estacionamientos, parques, instalaciones portuarias, etc.

Dentro del ambiente creado por el hombre para el desenvolvimiento turístico se encuentran los **sectores operativos**, los cuales representan lo que gran parte del público en general percibe como turismo, y se relaciona con el llamado gasto turístico, pues este informa dónde se origina una parte de la oferta.

Englobando todos los elementos anteriores está **el espíritu de hospitalidad y los recursos culturales**, donde se encuentra el idioma, costumbres, religión, celebraciones, etc. La actitud que tengan los residentes para con los turistas es fundamental para completar una experiencia turística reconfortante.

## Operadores turísticos

Para la oferta turística directa, los operadores turísticos constituyen la mediación entre su oferta y la posible demanda, promocionando y comercializando su producto. Dentro se encuentran las agencias de viajes, los tour operadores grandes y centrales de reservas.

Los operadores turísticos no forman parte de la experiencia turística propiamente dicha, pues únicamente la facilitan y dan un respaldo al turista. Con lo cual, si no hubo inconvenientes, el turista no asocia su experiencia con la agencia, sin embargo, forma parte fundamental del sistema turístico.

Los paquetes turísticos son las principales herramientas de las agencias de viajes para comercializar el turismo, en ellos se agrupan un sinnúmero de servicios de entretenimiento, ocio, alimentación, etc. De este modo, se facilita al turista el acceso a diferentes lugares y servicios, de no conocer con anterioridad su destino. Tiene una programación definida, un precio fijo y está determinado con anticipación. Existen del tipo *todo incluido* o con diversas variantes de tipo mixta.

La oferta turística es un condicionante del crecimiento o decrecimiento de los flujos turísticos, es por esto que debe buscar la calidad, innovación, competitividad, sostenibilidad y esta debe saber adaptarse a los cambios que tenga la demanda en el tiempo.

## Demanda Turística individual y agregada

La demanda, en términos generales, indica la cantidad de un bien o servicio que la gente está dispuesta y puede comprar en cada precio específico de un conjunto de precios posibles, durante un periodo de tiempo determinado. De este modo existe una estrecha relación entre precios y cantidades demandadas.

“El concepto de demanda está íntimamente relacionado con el proceso de toma de decisiones que los individuos realizan constantemente en el proceso de planificación de sus actividades de ocio y, por lo tanto, su determinación depende de numerosos factores no solo económicos, sino también psicológicos, sociológicos, físicos y éticos”. Sancho (1997: 61).

Un método de análisis de la demanda consiste en estudiar la capacidad de gasto de las y los turistas, pues este constituye un fuerte incentivo sobre los cuales toman sus decisiones.

**Función de demanda:** La demanda turística de una persona está en función de los siguientes factores:

$$Q_i = F(P_d, P_c, Y_i, S_i)$$

Donde:

**Q<sub>i</sub>:** es la cantidad demandada de turismo por el individuo.

**p<sub>d</sub>:** Índice de precios ponderado en los destinos.

**p<sub>c</sub>:** Índice de precios en los destinos competidores.

**Y<sub>i</sub>:** Nivel de renta del individuo.

**S<sub>i</sub>:** Componentes sociológicos, psicológicos y culturales de los individuos.

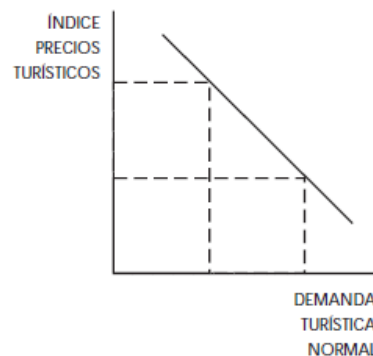
## Los precios y su influencia en el sector turístico

Si se toma en cuenta que, en su mayoría, los destinos turísticos son a su vez mercados de origen, la variación en los precios incidirá para ambos análisis.

Si se produce un incremento general de los precios en el mercado de origen, los consumidores destinarán una mayor cantidad de su presupuesto para bienes de primera necesidad y, por tanto, la porción del presupuesto dedicada al turismo disminuirá, si los salarios no han sido ajustados para igualar el porcentaje de inflación. Por otro lado, los turistas que lleguen del exterior (dependiendo el segmento y la elasticidad precio-demanda) sufrirán en mayor o en menor medida una disminución en su capacidad adquisitiva y por tanto en su demanda final. Pues en la mayoría de los casos se tiene una restricción presupuestaria para fines turísticos.

Para los destinos turísticos, el turismo figura como un bien normal, ya que tiene una relación negativa entre precios y cantidades demandadas, según lo demuestra para el mercado Español, Sancho y Pérez (1995).

### Gráfico 5: Curva de demanda turística normal



**Fuente y elaboración:** Sancho, Amparo (1997:65) *Introducción al Turismo*. Organización Mundial de Turismo.

Por otro lado, entre la competencia de destinos turísticos, es muy común la existencia de bienes sustitutos. Pese a que no hay en el mundo dos destinos turísticos iguales, hay muchas coincidencias en el tipo de oferta y entorno ya sea natural o creado por el hombre. Por ejemplo, Ecuador compite en ese sentido con Costa Rica en cuanto a la diversidad natural que poseen; Japón y Corea del Sur, por su desarrollo tecnológico; Francia e Italia por su cultura y gastronomía, etc. En este caso, si es que tienen una oferta turística similar, si sube el precio en un país X, bajará su demanda, pero se incrementará en el país Y por ofrecer un producto similar, sustituto.

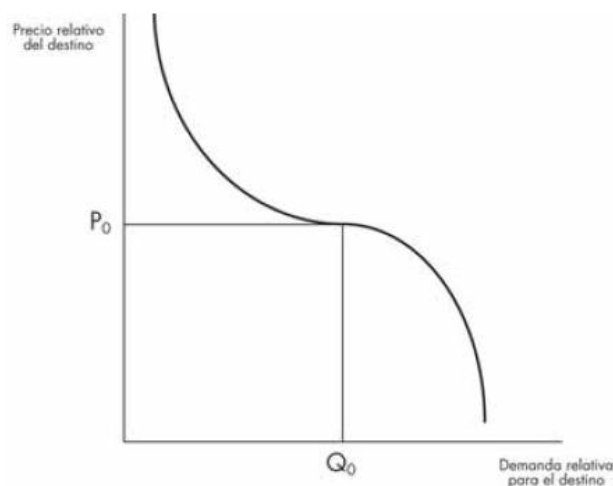
**Elasticidad precio de la demanda:** Estudia la relación entre los cambios que puede tener la demanda ante variaciones de los precios.

$$\text{Elasticidad p.} = \frac{\% \text{ de cambio en la cantidad demandada}}{\% \text{ de cambio en el precio}}$$

La elasticidad sería 1 si los cambios en precios generan un cambio proporcional en la demanda. Si los cambios son proporcionalmente mayores, la elasticidad es mayor a uno y si los cambios son proporcionalmente menores, sería menor a uno. Lo que muestra el nivel de elasticidad de la misma.

En el gráfico 6, se puede apreciar los distintos niveles de elasticidad de la demanda (representada por la pendiente). Así hay tramos en los que es muy inelástica y otros en los que es muy elástica. La forma de la curva depende de la capacidad adquisitiva de los turistas. Para un magnate su demanda será mucho más inelástica hasta cierto punto, pero en general la demanda turística suele ser elástica respecto al precio pues existen muchos bienes sustitutos.

**Gráfico # 6:** Respuesta de la demanda para los cambios en los precios turísticos



**Fuente y elaboración:** Sancho, Amparo (1997:66) *Introducción al Turismo*. Organización Mundial de Turismo.

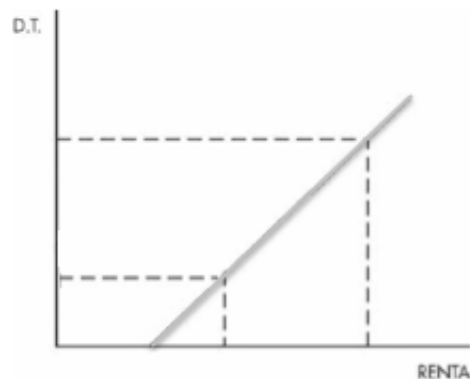
El análisis de la elasticidad de la demanda es muy importante, pues permite maximizar los beneficios de acuerdo a la elasticidad que tenga la misma.

### **Renta disponible de los demandantes de turismo**

Se refiere a la cantidad de dinero que tiene la persona para gastarlo en bienes de ocio. Existe una correlación positiva entre renta disponible y demanda turística. Se puede apreciar que la demanda turística es nula hasta alcanzar cierto nivel de renta, pues este estaría dedicado a bienes y servicios

básicos. A partir de este punto, conforme se incrementa la renta, se incrementa la demanda turística. En este sentido, el empleo, al ser proveedor de renta, tiene una relación directa con la misma.

### Gráfico 7: Demanda turística en función de la renta disponible<sup>5</sup>



**Fuente y elaboración:** Sancho, Amparo (1997:64)

**Introducción al Turismo.** Organización Mundial de Turismo.

**Elasticidad renta de la demanda:** La elasticidad renta de la demanda estudia la relación entre los cambios que puede tener la demanda turística ante variaciones en la renta disponible.

$$\text{Elasticidad r.} = \frac{\% \text{ de cambio en la cantidad demandada}}{\% \text{ de cambio en la renta}}$$

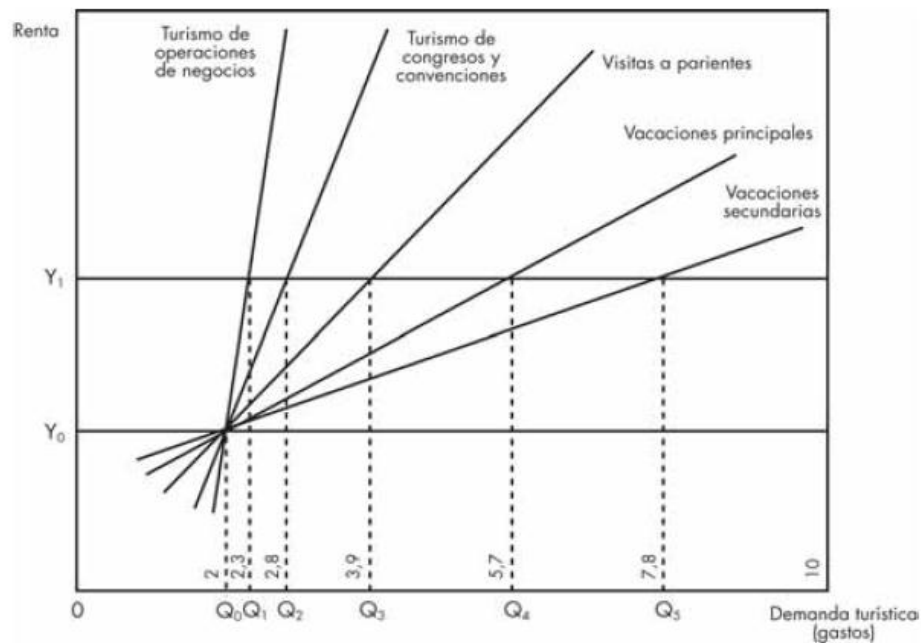
Depende de los niveles de ingresos que tengan las personas. Una persona con bajos ingresos tendrá una elasticidad menor a 0 pues primero mejorará el sustento de productos básicos, pero por otro lado dependerá del tipo de turismo que se experimente.

Como se observa en el gráfico 8, el turismo de operaciones y negocios es muy inelástico, pues estaría más en función a la planificación y necesidades de una empresa y no al ingreso que un funcionario pueda tener, en cambio, las vacaciones secundarias, es decir: aquellas que no están planificadas, son muy elásticas ante una variación de la renta, así mismo con las vacaciones principales y las visitas a parientes.

En relación con el análisis en función a la renta, la presión fiscal que pueden tener los Gobiernos a través de impuestos, disminuye la renta disponible y con ello la demanda. Estas medidas tienen implicaciones también para los turistas extranjeros, con incrementos sobre todos en impuestos directos como el IVA.

<sup>5</sup> En el gráfico 7 se aprecia que conforme incrementa el nivel de renta incrementa en forma proporcional la demanda turística, sin embargo la demanda turística incrementaría en una función decreciente.

**Gráfico 8:** Elasticidad de la demanda en función del tipo de turismo



**Fuente y elaboración:** Sancho, Amparo (1997:67) *Introducción al Turismo*. Organización Mundial de Turismo.

Otro factor importante es el financiamiento que puedan tener las personas para gastos de ocio y turismo. Factor que cada vez está teniendo mayores implicaciones por su creciente aceptación. La tarjeta de crédito se está generalizando en las ciudades y con esta se permite tener un consumo adelantado, obligando a las y los consumidores a restringir su presupuesto en función a la deuda contraída.

### Factores sociológicos, psicológicos y culturales de la demanda

Si bien es cierto que el factor económico es determinante para la demanda, los factores motivación, gustos y preferencias, sociológicos, psicológicos, formas y estilos de vida, tiempo de ocio, nivel cultural, educación, tipo de empleo, costumbres estacionales, creencias ideológicas y religiosas, factores demográficos poblacionales, políticos, etc., son en definitiva los que canalizan la renta y el tiempo disponible hacia el sector turístico que más satisfaga sus necesidades.

A continuación se detalla un grupo de motivaciones generales que tienen los turistas según Moutinho (1987), citado en Sancho (1997:76).

### Educación y cultura

- Cómo vive y trabaja la gente de otros lugares.
- Para visitar monumentos, vistas y piezas de arte.
- Para comprender mejor los acontecimientos actuales.
- Para asistir a eventos especiales, culturales o artísticos.

### **Relajación, aventura y placer**

- Escapar de la rutina diaria y de las obligaciones.
- Para visitar nuevos sitios, gente o buscar nuevas experiencias.
- Para pasarlo bien.
- Tener alguna aventura romántica o sexual.

### **Salud y esparcimiento**

- Descansar y recuperarse del trabajo o estrés.
- Practicar deporte y ejercicio.

### **Familia y amigos**

- Visitar los lugares de donde procede la familia.
- Visitar amigos y parientes.
- Pasar tiempo con la familia y los niños.

### **Esnobismo**

- Poder hablar de los lugares visitados.
- Porque está de moda.
- Para demostrar que uno puede permitírselo.

### **Demanda macroeconómica del turismo**

Macroeconómicamente la demanda se vería influenciada positivamente por los siguientes factores: competitividad de los destinos, sostenibilidad, calidad de la oferta, regulaciones económicas, depreciación del tipo de cambio, política fiscal y el mercado financiero.

Éstos constituyen factores que permiten el crecimiento general de la demanda turística que tiene un país. La calidad de la oferta, depreciación del tipo de cambio y estabilidad financiera, permitirán el crecimiento de la demanda. De la misma manera, el hecho que se maneje un destino en términos de competitividad y sostenibilidad, asegurará niveles de demanda actual y para el futuro.

Negativamente la demanda disminuiría para un destino por: relación costo del viaje/tiempo, promoción turística de los competidores, apreciación del tipo de cambio, etc.

Como ya se ha visto, los precios son uno de los determinantes de la demanda y, si suben, la relación costo-viaje se encarece y con ello disminuye la demanda, lo mismo se desencadenaría con la apreciación del tipo de cambio. Además, en un mundo competitivo, la promoción turística de los competidores afectaría a los que carecen de estrategia de marketing, si es que no tienen un mercado consolidado.

**Tipo de cambio y demanda:** La relación entre las monedas de los países emisores y receptores de turismo es un factor muy importante en la demanda turística. En el caso del Ecuador, al ser un país dolarizado, si el dólar tiene una relación más fuerte con respecto a las demás monedas, es decir, si este



se aprecia, el precio de los bienes y servicios turísticos se encarecerán para los residentes de otros países y por tanto las exportaciones turísticas disminuirán. Si el valor del dólar disminuye ocurriría todo lo contrario.

Si las monedas de los principales destinos turísticos de los ecuatorianos se deprecian, quien se beneficia es el turismo emisor ecuatoriano y los países receptores, con lo que se incrementan las importaciones turísticas. Si, en cambio, se deprecia el dólar, se beneficiará el turismo receptor ecuatoriano, se incrementarán las exportaciones turísticas, se contribuirá para tener un superávit comercial o para equilibrarlo y de este modo se influirá en el PIB del país.

El tipo de cambio es un factor importante, pero está lejos de explicar por qué unos países tienen más demanda que otros.

El análisis de la demanda toma en consideración en el caso del turismo el número de visitantes que llegaron, los medios de transporte, tiempo de estadía y clase de alojamiento y cantidad de dinero gastado, este factor es de vital interés para los involucrados en el sector turístico, pues permite planificar en función a las características y situación de la misma. Existen técnicas para hacer pronósticos y de este modo facilitar la realización de inversiones de todo tipo.

Las empresas y los Gobiernos en términos micro y macro respectivamente, hacen uso de la mercadotecnia y el marketing para incrementar la demanda, dirigidos a ciertos segmentos de mercado en distintos lugares o para sostener ciertos periodos del año. La mercadotecnia puede estimular la demanda interna de turismo como la externa, todo depende de la estrategia publicitaria.

## **Beneficios y costos del sector turístico**

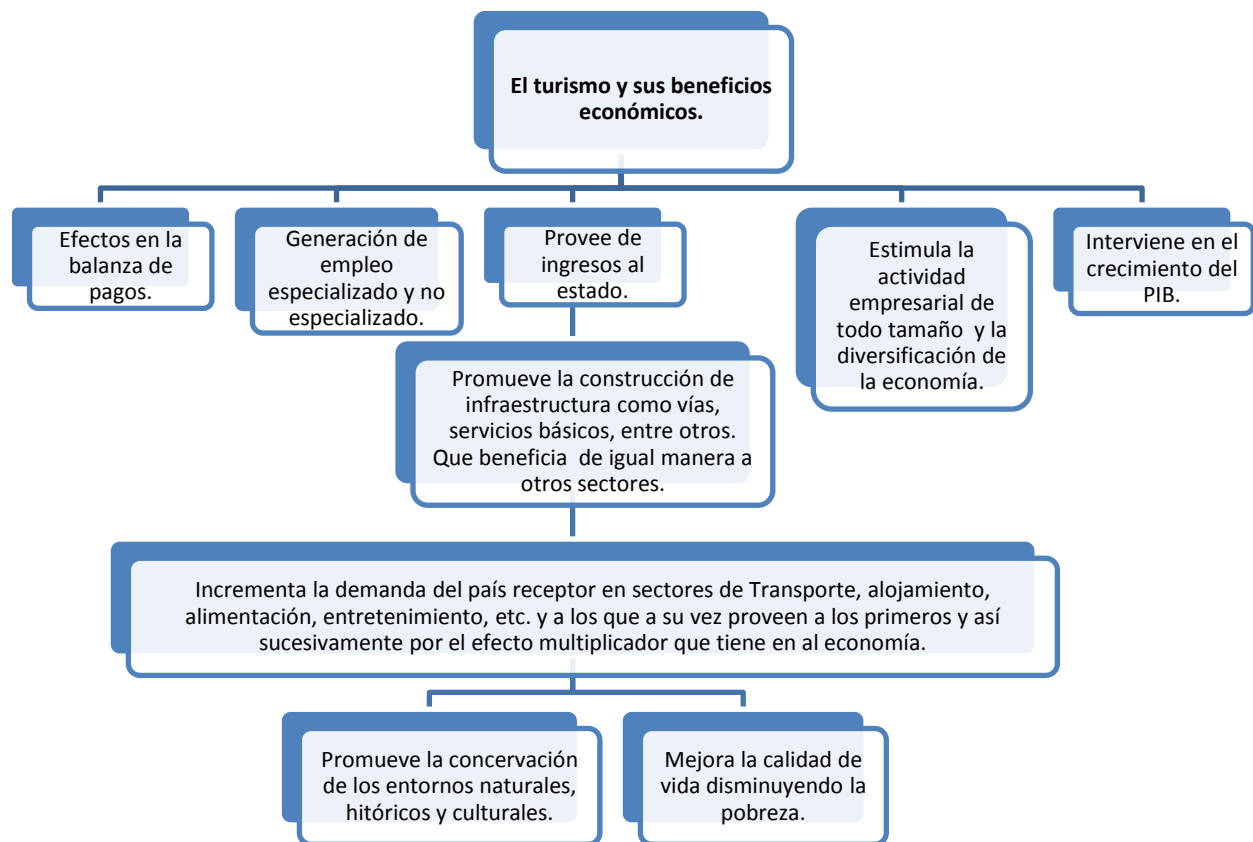
Aunque el turismo tenga un gran potencial como herramienta para el desarrollo económico de un país, no es una panacea que solucionará todos los problemas económicos, pues incurre -sobre todo sin regulación- en altos e irreversibles costos que tendrán que ser evaluados a tiempo para garantizar el buen desenvolvimiento del sector en el futuro.

Los gobiernos deben optimizar mas no maximizar los beneficios que el turismo proporciona. Las economías más diversificadas absorberán de mejor manera los costos y distribuirán de mejor manera sus beneficios.

### **Beneficios de la actividad turística**

Se comenzará analizando los beneficios económicos que genera la actividad turística (Véase el Gráfico 9), así como las implicaciones que estos tienen en la economía en su conjunto.

**Gráfico 9:** Beneficios económicos del sector turístico



**Fuente:** Goeldner Charles, Ritchie Brent (2011) *Turismo: Planeación, administración y perspectivas*, (3ª ed) México: Limusa.

**Elaboración:** Eduardo Guerrero

**1. Efectos de la actividad en el crecimiento económico y el PIB:** se define crecimiento económico como el aumento en la producción real de bienes y servicios per cápita de un país. El crecimiento económico no explica por sí solo el desarrollo de un país, pues este abarca otras variables de tipo social, redistribución de la riqueza, entre otros, sin embargo es un muy buen indicador en cuanto explica todo lo referente a la evolución de la producción y la riqueza de un país. Estos factores a su vez permiten la generación de empleo, la capacidad de aplicar medidas para la redistribución de la riqueza, etc., y es en este sentido en el que el turismo aporta muy significativamente para dichos propósitos.

Por otro lado, no se pueden obviar los costos y las externalidades negativas que se originan por el crecimiento económico, como la contaminación ambiental, el agotamiento de ciertos recursos, influencias negativas sobre el clima, afectación a otros sectores, etc. que de igual manera influyen negativamente sobre la calidad de vida. Razón por la cual no se puede ver al crecimiento económico como una solución a todos los problemas de un país.

Los principales determinantes del crecimiento económico son: el aumento del capital físico, las mejoras del capital humano, los avances tecnológicos y las mejoras en las técnicas de gestión.

La situación de la balanza de pagos, así como el consumo e inversiones turísticas afectan directamente al producto interno bruto de la siguiente manera:

$$Y = C + I + G + (X - M)$$

Donde:

Y = Producto interno bruto sectoril

C = Gastos del consumidor turístico

I = Inversiones realizadas en el sector

G = Gastos gubernamentales inducidos directa o indirectamente por el sector

X = exportaciones (turismo receptor)

M = importaciones (turismo emisor)

Como muestra una de las formas clásicas de calcular el PIB, este crece con el consumo de los turistas nacionales e internacionales, de igual forma con las inversiones tanto públicas como privadas en el sector y con el gasto público que pueda ser influido de forma directa o indirecta como vías, servicios básicos, entre otros.

**2. Efecto en la balanza de pagos:** La balanza de pagos según el Fondo Monetario Internacional (1993) “Es un estado estadístico que resume sistemáticamente, para un periodo específico dado, las transacciones de un país con el resto del mundo, recogiendo el conjunto de flujos de activos reales, financieros y monetarios”.

La actividad turística se ubica en el sector terciario, es decir, en el de servicios, y está dentro de la balanza de pagos pues como dice Sancho (1997) “constituye una exportación invisible de bienes y servicios, con la diferencia que estos bienes y servicios no salen de las fronteras del país sino que son consumidos por los visitantes en el país receptor”. Por esto se lo contabiliza dentro de la balanza de pagos, en la balanza de cuenta corriente, en el rubro de exportaciones de servicios.

Para el caso inverso, el turismo emisor se refiere a los bienes y servicios comprados por los nacionales en un país extranjero. Registrando la cuenta de este modo en la importación de servicios.

#### **Turismo receptor**

Exportación de servicios turísticos  
(Ingresos generados por visitantes internacionales)

#### **Turismo emisor**

Importación de servicios turísticos  
(Gastos realizados por nacionales en el extranjero)

El turismo constituye una de las más importantes industrias en el mundo, es de suponer que sus efectos en la balanza de pagos serán importantes. Según Mathieson y Wall (1982: 55), citado en Sancho (1997: 219-220) el sector turístico tiene los siguientes efectos en la balanza de pagos:

- a) **Efectos Primarios:** Derivado del gasto realizado por los visitantes internacionales en un país y el gasto de nacionales en el extranjero. Se tienen flujos monetarios directos a establecimientos turísticos de primera línea como hoteles, restaurantes, taxis, autobuses, etc.
- b) **Efectos Secundarios:** Producidos por el gasto turístico a medida que este se filtra en la economía local. Se clasifican en:
  - **Secundarios directos**
    - Marketing nacional en el extranjero.
    - Importaciones visibles necesarias para proveer bienes y servicios a los establecimientos turísticos de primera línea.
    - Comisiones para agentes de viajes.
    - Intereses, dividendos para inversores extranjeros.
  - **Secundarios indirectos**
    - Los ingresos de los establecimientos de primera línea serán gastados en proveedores y servicios locales y así el proceso continúa.
  - **Secundarios inducidos**
    - Como consecuencia de los gastos directos e indirectos, se distribuirá renta a pobladores residentes en forma de salarios, dividendos e intereses. La proporción de trabajadores y proveedores extranjeros determinará la cantidad de renta que permanecerá en la economía local y la que se filtrará fuera.
- c) **Efectos Terciarios:** Son los flujos monetarios que no han sido iniciados directamente por el gasto turístico, sin embargo estarían relacionados con la actividad, como por ejemplo las importaciones de maletas, medicinas y demás implementos requeridos por los nacionales para viajar, etc.

En cuanto a la balanza comercial ( $X - M$ ), se observa que si las exportaciones (turismo receptor) son mayores a las importaciones (turismo emisor), se tendrá un valor positivo que permitirá crecer al PIB. Estas exportaciones que aportan con dinero traído del exterior ayudan a toda la economía. Desde el punto de vista económico, sería mejor tener visitantes extranjeros que gasten en el Ecuador, que ciudadanos ecuatorianos gastando en países extranjeros, sin embargo, para países con mayor diversificación económica, el turismo emisor también afecta positivamente a sus economías. Por ejemplo, a Estados Unidos le conviene también que sus ciudadanos viajen a otros países y gasten en los mismos; esos gastos incidirán positivamente en la demanda de productos que vende Estados Unidos a estos países, además del incremento en la demanda de implementos para aeronaves, insumos, etc., que produce Estados Unidos.

**3. El empleo en el sector:** La industria turística depende fundamentalmente del capital humano y su influencia es profunda generando empleo de la siguiente manera:

- a) **Empleo Directo:** Se refiere al utilizado en negocios turísticos de primera línea como hoteles, restaurantes, bares, etc.
- b) **Empleo Indirecto:** Se refiere a los empleos que generan los proveedores de de los negocios de primera línea.
- c) **Empleo Inducido:** Resulta del gasto de los residentes, debido a los ingresos procedentes del turismo, estos se inyectan en todos los sectores de la economía.

El tipo de trabajo en su mayoría es no especializado, en muchos casos a tiempo parcial por la estacionalidad de la demanda, sin embargo, el trabajo especializado es de igual manera fundamental y cada vez más demandado por el incremento en la competencia y los estándares de calidad para lo cual el trabajo especializado aporta muchísimo en los servicios, administración y planeación, mantenimiento, etc.

**4. Multiplicadores económicos:** El análisis del multiplicador arroja resultados sobre los efectos que tiene sobre la demanda la inyección de recursos suplementarios a una economía. Como afirma Sancho (1997:20c) “La actividad turística genera una corriente de flujos de renta que permiten un aumento del ingreso en los demás sectores de la actividad económica, redistribuyéndose la renta en un círculo cada vez mayor” hasta que las pérdidas ocasionen que la cadena se detenga (Véase el Gráfico 10).

Los efectos del multiplicador dependen de la fuerza de los vínculos entre sectores. El multiplicador refleja la cantidad de nuevas actividades económicas generadas conforme el ingreso básico circula en la economía. Algunos sectores tienen vínculos fuertes con otros sectores de la economía y por tanto un gran multiplicador. Otros tienen vínculos débiles y multiplicadores pequeños. Es posible que se tenga una industria turística prospera y que la población local viva en la miseria si no existen vínculos. Goeldner y Ritchie (2011).

Los vínculos serán fuertes si la empresas con relación directa emplean a personas de la localidad; equipan con productos de elaboración nacional; compran la mayor cantidad de alimentos elaborados en el propio país; contratan artistas y músicos nacionales, etc. Los vínculos serán débiles si la mayoría de estos bienes y servicios se importan de otro país. Es por esto que el nivel de incidencia económica que pueda tener el sector turístico en la economía va a depender de la estructura económica del país donde se realiza la actividad. Mientras exista una mayor diversificación y agregación económica, el turismo tendrá más efectos en la economía y en la sociedad.

**Gráfico 10:** Sectores involucrados por el multiplicador turístico



**Fuente y elaboración:** Goeldner Charles, Ritchie Brent (2011) *Turismo: Planeación, administración y perspectivas*, (3ª ed) México: Limusa.

El multiplicador se relaciona directamente con los efectos indirectos vistos en los apartados anteriores y en general son más grandes que los mismos efectos directos, pues se relacionan con él, ciclos subsecuentes de gasto (Véase la Tabla 2). En primera instancia los turistas gastan en los establecimientos turísticos de primera línea como hoteles, restaurantes, entretenimientos, transporte, etc. Estos establecimientos a su vez gastan en sueldos, impuestos, comisiones, materias primas, insumos, licencias, etc. de otros proveedores o directamente pagan al estado. Estos ingresos a su vez son gastados en un círculo más grande y así sucesivamente.

Cabe recalcar que de todos los dólares que entren por ejemplo al Ecuador por los turistas extranjeros, una parte de estos se ahorrarán y por tanto estimularán inversiones o consumos futuros o se destinarán para importaciones y saldrán del país. Así, a mayor proporción de ingresos gastados en la economía local, el multiplicador será más grande. Como dice Goeldner y Ritchie (2011:444) “El grado en el cual un área local es capaz de retener el ingreso turístico depende de qué tan autosuficiente es la economía local”.

**Tabla 2:** Incidencia económica del gasto turístico

<b>Los visitantes gastan en:</b>	<b>La industria de los viajes gasta en:</b>	<b>Terceros beneficiarios:</b>
Alojamiento	Sueldos y salarios, propinas,	Contadores, publicidad, tiendas
Alimentos	Impuestos, comisiones, Música y	varias, arquitectos, artesanos,
Bebidas	entretenimiento	abogados, panaderos, bancos,
Entretenimiento	Gastos administrativos, servicios	farmacias, tiendas de ropa,
Ropa	legales y profesionales	clubes, servicios de salud,
Regalos, recuerdos	Compra de alimentos, bebidas, etc.	cocineros, eventos y
fotografía	Compra diferentes mercancías,	entretenimiento, transporte,
Cuidado personal	insumos y otros materiales.	industriai de muebles, cines,
Medicamentos y	Publicidad y promoción	taxis, gobiernos locales, etc.
cosméticos	Servicios públicos	
Transporte interno	Transporte	
Excursiones y recorridos	Licencias	
turísticos	Primas de seguros	
Varios	Renta de propiedades y equipos	
	Pago de intereses	
	Rendimiento para inversionistas	

**Fuente:** Goeldner Charles, Ritchie Brent (2011) *Turismo: Planeación, administración y perspectivas*, (3ª ed) México: Limusa.

**Elaboración:** Eduardo Guerrero

### **Costos de la actividad turística**

Se ha podido apreciar que los efectos beneficiosos del sector turístico son significativos. Al ser un sector multidisciplinar, los ingresos se filtran por toda la economía, redistribuyendo riqueza, generando puestos de trabajo, obras en infraestructura, promoviendo la conservación del patrimonio natural e histórico, disminuyendo la pobreza, etc. Sin embargo, es de vital importancia analizar también los costos que genera la actividad para tener una visión objetiva de los resultados que arroja el sector.

Como se aprecia en la Tabla 3, el sector turístico tiene costos económicos, ambientales y sociales. Estos pueden ser mayores a los beneficios que genera la actividad, comprometiendo el desarrollo del sector en el futuro si no se planifica adecuadamente, a continuación se analizarán los mismos.

#### **1. Costos económicos**

**a) Costo de oportunidad:** Tomando en cuenta que los recursos de un destino son limitados, ya sean naturales, sociales o culturales, el hecho de usarlos en la actividad turística en lugar de usos alternativos

tiene un coste de oportunidad que debe ser evaluado (la oportunidad desperdiciada). Por lo tanto es necesario valorar los beneficios económicos que surgen de la inversión de dichos recursos en el turismo, comparándolos con los beneficios que se obtendrían si estuvieran destinados a otro uso (que puede incluir incluso su no utilización). No se pueden obviar los costos de oportunidad, para que las inversiones turísticas sean eficientes y la asignación de recursos sea la más óptima.

**Tabla 3:** Costos de la actividad turística

El turismo y sus costos		
Económicos	Ambientales	Sociales
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Costo de oportunidad</li> <li>- Costes derivados de las fluctuaciones de la demanda turística</li> <li>- Presión inflacionaria</li> <li>- Pérdida de beneficios económicos potenciales</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Contaminación del agua y suelos.</li> <li>- Contaminación del aire.</li> <li>- Contaminación visual y auditiva.</li> <li>- Masificación y congestión.</li> <li>- Problemas del uso del terreno.</li> <li>- Trastornos ecológicos.</li> <li>- Daños en recintos históricos y arqueológicos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Efectos demostración y cambio en las actividades tradicionales.</li> <li>- Introducción de enfermedades.</li> <li>- Conflictos y tensión en la comunidad.</li> <li>- Aumento de la criminalidad.</li> </ul>

**Fuente:** Jenkins Carson, Lickorish Leonard (1997) *Una introducción al turismo*. Madrid: Síntesis. Y Sancho, Amparo (1997) *Introducción al Turismo*. Organización Mundial de Turismo.

**Elaboración:** Eduardo Guerrero

**b) Presión inflacionaria:** La inflación puede constituirse en varias ocasiones como una consecuencia del turismo: los turistas suelen tener un poder adquisitivo importante, comúnmente superior al de los residentes. Cuando un destino recibe un gran número de turistas, el consumo elevado de éstos, constituye una presión para que los precios suban y de esta forma los residentes tienen que asumir también este incremento en los costos.

Asimismo, el turismo que basa parte de su actividad en el suelo, lo convierte en un bien escaso, provocando significativos aumentos de precios y creando rivalidad por su utilización entre los distintos grupos de interés.

**c) Costes derivados de las fluctuaciones de la demanda turística:** tomando en cuenta que la demanda turística es extremadamente estacional y muy sensible a las variaciones de los precios, a los cambios en las tendencias económicas, a los cambios políticos y a las modas. Una caída de la demanda turística provoca una disminución de la demanda de bienes locales, menos ingresos en forma de beneficios y salarios, menor poder adquisitivo por parte de la población local, etc. Una caída en la demanda conlleva un encarecimiento de los costos unitarios, pues como en el caso de los hoteles, aerolíneas, etc., la no utilización genera costos.



Esta situación se ve agravada si, como ocurre en muchos países en desarrollo como República Dominicana, Bahamas, Jamaica, etc. se crea una economía excesivamente dependiente de la actividad turística para el desarrollo del país y la supervivencia de sus economías.

**d) Pérdida de beneficios económicos potenciales:** este impacto negativo del turismo se produce en aquellos destinos en los que un número elevado de instalaciones turísticas pertenece a inversores extranjeros y, por lo tanto, la mayor parte de los beneficios obtenidos con la actividad realizada en los mismos sale fuera de las fronteras del país de acogida para ser repartidos en los países de origen de los inversores.

Este coste negativo derivado de la actividad turística suele producirse en los países en vías de desarrollo, que generalmente sufren limitaciones de capital, más que en los países desarrollados que tienen una mayor capacidad económica y que generalmente, tienen una amplia diversificación.

## **2. Costos Medio Ambientales**

La actividad turística puede llegar a tener considerables impactos en el ambiente, según Stankovic (1991) citado en Sancho (1997:243), “el turismo es un consumidor específico de recursos naturales, ya que éstos constituyen la base para el desarrollo de la actividad turística” . Razón por la cual es necesario regular adecuadamente la actividad para garantizar su desarrollo en el futuro.

En relación al turismo se observa que la degradación medio ambiental está relacionada con la cantidad de turistas que arriban a un lugar, esto ha llevado a muchos destinos como Las islas Galápagos a establecer limitaciones a la entrada de turistas. En el mundo existen innumerables ejemplos de destinos turísticos degradados por falta de regulaciones, en los que se refleja una reducción irreversible de la diversidad ecológica. En esta coyuntura aparece el término de “capacidad de carga de un destino turístico”, el cual describe los límites de resistencia ecológicos o sociales que es capaz de asimilar un destino turístico, sin que comprometa su desarrollo futuro. Muchos destinos muestran signos de crisis y estrés que exigen un cambio de actitud de los actores implicados en la industria turística.

A partir del año 1980 se comienza a formalizar la visión del desarrollo turístico ligado al cuidado de los recursos naturales como culturales. Así, en la declaración de Manila de la Organización Mundial de Turismo se recogen estos aspectos. En 1982 la OMT junto con las Naciones Unidas, emitieron el programa turístico del Medio Ambiente, en donde se formaliza por primera vez la coordinación entre agencias en materia turística y medio ambiental, se dice:

*La protección, el realce y el desarrollo de los distintos componentes de entorno del hombre están entre las condiciones fundamentales para el desarrollo armonioso del turismo. Así mismo, la gestión racional del turismo puede contribuir en gran medida a la protección y al desarrollo del medio ambiente físico y del patrimonio cultural, así como a la mejora de la calidad de vida.*

OMT (1982), citado en Jenkins y Lickorish (1997:113)

**Tipos de contaminación Medio Ambiental:** Tomando en cuenta al medio ambiente como el entorno físico constituido por elementos naturales y contruidos, la contaminación ambiental se la observa en diversos sectores, así, según Jenkins y Lickorish (1997), existen los siguientes tipos de contaminación ambiental:

**a) Contaminación del agua:** relacionado al inadecuado manejo de aguas residuales por falta de alcantarillado. Este problema es muy común en destinos costeros en los que por falta del servicio de alcantarillado, hoteles, restaurantes y demás establecimientos turísticos y residenciales evacuan aguas residuales directamente al mar. Esto tiene efectos en la salud de los moradores y turistas. Un ejemplo claro de este problema se lo ve en el Ecuador en las playas de Canoa y Pedernales, las cuales no presentan hasta la fecha un sistema de alcantarillado que permita un adecuado tratamiento de aguas servidas.

Para solventar este problema las instancias gubernamentales, tendrán que invertir en un adecuado abastecimiento de agua y el tratamiento de las mismas.

**b) Contaminación de aire:** aunque el sector turístico, en comparación con otros sectores, contamina muy poco el aire, es necesario analizar las emisiones provenientes de los vehículos que transportan turistas, o la contaminación producida por procesos inadecuados en construcciones del ámbito turístico. Los gobiernos deberán poner límites a la contaminación vehicular y mejorar los servicios públicos de transporte.

**c) Contaminación acústica:** el ruido producido por establecimientos turísticos como parque de diversiones, bares, discotecas, eventos, tráfico vehicular, aglomeraciones de gente, etc., pueden ser excesivamente altos y perturbadores para turistas y moradores.

**d) Contaminación Visual:** los establecimientos turísticos pueden dañar el paisaje si el diseño y el mantenimiento de estos no es el apropiado para el entorno. Así mismo, la excesiva publicidad carente de belleza y creatividad puede dañar la estética de un entorno.

**e) Masificación y congestión:** los destinos altamente masificados pueden congestionar locales comerciales, avenidas, museos, etc. Esto puede incomodar mucho a los residentes de un destino turístico y saturar el ambiente del mismo.

**f) Problemas del uso del terreno:** las construcciones turísticas que se realicen sin regulación, pueden asentarse sobre lugares dedicados a la conservación, agricultura u otros.

**g) Trastornos ecológicos:** el turismo descontrolado puede generar un sin número de problemas ecológicos. La llegada de turistas sin los debidos controles en zonas protegidas puede causar la exposición excesiva de especies raras, esto puede destruir paisajes y afectar a especies que se alejan de la presencia humana.

**h) Daños en recintos históricos y arqueológicos:** la excesiva utilización, vibraciones, falta de mantenimiento y limpieza, el vandalismo, etc., pueden afectar irreversiblemente a recintos históricos y arqueológicos como iglesias, museos, ruinas y demás.

### **3. Costes sociales del turismo**

La actividad turística de igual modo puede traer consigo efectos sociales negativos para la nación receptora si es que no hay una adecuada planificación, control y regulación del sistema. En este sentido, sobre todo en países en desarrollo, no se puede dejar al sector turístico que se desarrolle desordenadamente, pues estos países son más vulnerables a posibles costos sociales. A continuación se presentan los más significativos:

**a) Efecto demostración y cambio en las actividades tradicionales:** La llegada de turistas con distintas tradiciones y cultura puede influenciar positiva o negativamente a los residentes de un destino. Según Pearce (1989), citado en Sancho (1997: 232), incluso cuando el contacto entre turistas y residentes no es muy profunda, solo la observación del comportamiento de los visitantes puede influenciar cambios en las actitudes, valores y comportamientos por parte de los habitantes de la región receptora: es el llamado efecto demostración.

El turismo puede provocar una desculturización del destino. El efecto demostración puede llevar a la desaparición de la cultura (que suele ser la de la comunidad receptora), frente a “la más fuerte” (la del visitante), pues sobre todo en países en desarrollo, la cultura de los turistas suele ser percibida por los residentes como superior a la local, especialmente por el mayor nivel de vida que manifiestan, provocando la adaptación de costumbres occidentales a culturas indígenas. La mercantilización extrema de las tradiciones locales, como ocurre en algunas comunidades del oriente ecuatoriano, pueden transgredir su verdadero significado, lo cual puede generar la destrucción de los atractivos que en su día iniciaron el flujo de visitantes.

**b) Introducción de enfermedades:** El turismo y el consecuente movimiento de personas puede regar enfermedades que geográficamente nacieron en un determinado lugar. Un ejemplo claro se lo encuentra en los casos de gripe aviar, porcina y otras enfermedades que se propagaron (casi principalmente) por el fenómeno turístico a distintos lugares del mundo.

**c) Conflictos, tensión en la comunidad y aumento de la criminalidad:** En ciertos destinos turísticos en países en vías de desarrollo, se puede formar un cierto resentimiento hacia el turismo internacional. En general, cabe afirmar que esta actitud será más evidente cuantos mayores sean las diferencias económicas entre visitantes y residentes. Existen muchos complejos altamente lujosos en lugares dominados por la pobreza, en donde la ocupación de los puestos de trabajo más cualificados es realizada por trabajadores extranjeros, o en donde existe una menor retribución salarial a los trabajadores nacionales, etc.

Según Sancho (1997:237) “Para muchos países en desarrollo, el turismo establece las bases de una nueva forma de colonialismo basado en la dependencia de las divisas extranjeras como vía para el desarrollo económico. Por ello, en algunos destinos ha sido evidente el aumento del crimen, la prostitución, el juego, el terrorismo y los conflictos causados por las drogas”. Por esto es indispensable una regulación adecuada de la actividad y de sus actores para minimizar posibles problemas sociales que podrían volver a la actividad turística en términos globales perjudicial para el desarrollo de un país.

## **Competitividad y sostenibilidad turística**

En la actualidad existen dos fuerzas que intervienen en el desarrollo de cualquier sector económico y que el sector turístico debe enfrentar incluso con un mayor esfuerzo, Goeldner & Ritchie (2011). El primero es la creciente competencia que se observa no solo en las empresas turísticas, sino también en los destinos turísticos establecidos y emergentes. El segundo constituye la fuerte presión que las actividades económicas humanas -y en este caso la turística- ejercen sobre el medio ambiente. Estos factores han llevado a la necesidad de esforzarse por construir destinos turísticos **competitivos y sostenibles**.

### **Competitividad de un destino turístico**

La estructura económica presente en la actualidad caracterizada por; la globalización, el desarrollo tecnológico, el cambio en las condiciones de la oferta y de la demanda, así como los problemas ecológicos, ha generado una marcada competencia e incertidumbre en la economía global. Estos cambios generan nuevos riesgos y oportunidades, por lo que la búsqueda de beneficios de una industria no puede basarse únicamente en la disminución de los precios para el incremento de sus beneficios, puesto que, las motivaciones de los y las turistas son ahora más complejas y existen mercados competidores muy fuertes con precios bajos. Al contrario, deben mejorarse continuamente las condiciones que permiten que una industria tenga una adecuada competitividad, entendida como: La capacidad de obtener beneficios y de mantenerlos en circunstancias cambiantes, según el Plan de Competitividad del Turismo Español, Futures (1992).

Según Goeldner y Ritchie (2011), la competitividad de un destino turístico se refiere a su habilidad para competir de modo eficiente y rentable en el mercado turístico, a su vez Saez, Martin y Pulido (2006) manifiestan que la competitividad de un producto o servicio viene determinada por la calidad del mismo y su precio. Con lo cual se aprecia que la definición de competitividad turística, consituye un concepto amplio que incluye diversos elementos como: competencia, rentabilidad, largo plazo (sostenibilidad), productividad, eficiencia, calidad, innovación, valor añadido, diferenciación, talento humano, estructura de la industria, organización, entre otros. Los que permitirían que un destino turístico sea atractivo, rentable y que se adapte adecuadamente a las situaciones cambiantes y a los nuevos retos y oportunidades, para garantizar el desarrollo de la actividad en el futuro.

El concepto de destino turístico, incluye actores públicos y privados, por lo que su competitividad depende de la habilidad que tengan estos actores para conformar un producto turístico atractivo. El

papel del estado en el sector turístico tiene una vital importancia, pues es el encargado de proveer los bienes públicos que forman parte indispensable de la experiencia turística, así como planificar a través de instituciones especializadas el desarrollo turístico de un destino. El Estado debe sentar las bases jurídicas y tributarias para que las empresas tengan la capacidad de obtener beneficios.

### **Ventajas comparativas vs ventajas competitivas**

En la actual economía global la competitividad ya no está limitada a aquellos países con legados favorables, sino que cada país elige su propia prosperidad al organizar sus políticas, leyes e instituciones con base en la productividad, Porter (1990).

Las ventajas comparativas vienen dadas por los recursos y factores propios del destino turístico, incluyendo tanto a los que ocurren de forma natural como a aquellos que han sido creados, los mismos que han posibilitado su nacimiento. Entre estos se encuentran los recursos naturales como reservas, playas, clima, diversidad, etc. Así como las condiciones sociales, históricas y culturales del destino, Crouch (2007). Se debe considerar que los recursos de un destino turístico van cambiando a lo largo del tiempo, lo que alteraría su ventaja comparativa, si es que no hay una adecuada evaluación y seguimiento del estado y la evolución de los mismos.

La ventaja competitiva, a nivel empresarial, según Porter (1985:30) "Nace fundamentalmente del valor que una empresa o industria logra crear para sus clientes y que supera los costos de ello". Constituye el valor añadido al destino turístico original. A su vez Molinar, Conde y Ramírez (2008) sostienen que "la ventaja competitiva en el turismo concierne a la habilidad de un destino para emplear de forma efectiva sus recursos en el largo plazo"

Las ventajas competitivas, en el sector turístico, se construyen a través del fortalecimiento de aquellos factores que permiten acceder adecuadamente a los atractivos turísticos y que dan un valor adicional a las ventajas comparativas del destino. A través de la gestión y planificación, la formación y capacitación específicas para la actividad, promoción eficiente, especialización, innovación continua de productos y servicios ofrecidos, calidad, imagen, respeto por el ambiente, infraestructura y bienes públicos, etc. Con el fin de encontrar la rentabilidad sustentable a largo plazo. Es decir, no solo se pretende aumentar sino también mantener la capacidad de generar beneficios en el tiempo. Con lo cual se evidencia que las ventajas comparativas no son suficientes para mantener la diferenciación, la sostenibilidad económica ni ambiental de un destino turístico.

La globalización ha intensificado la competencia de todas las industrias de la economía, "Mientras la industria turística continúe prosperando en la economía global, la competencia -sea internacional o doméstica entre los miembros de la industria- será feroz. El posicionamiento de ventajas competitivas sería la clave del éxito para los involucrados". (Tsai, Song y Wong, 2009:522), con lo cual los destinos turísticos se han visto en la necesidad de innovar, especializarse y mejorar los procesos, como medio de adaptación a los cambios generados en la estructura económica por la globalización.

### **Estrategias competitivas**

En toda industria, sin importar si es nacional o extranjera, de bienes o servicios, las reglas de la competencia están contenidas en 5 fuerzas, Porter (1987): la entrada de más competidores, la amenaza de productos sustitutos, el poder negociador de los clientes, el poder negociador de los proveedores y la rivalidad entre los competidores actuales. Estos factores determinan la rentabilidad pues influyen en los precios, en los costes y en la inversión que deben realizar las compañías, es decir, en los elementos del rendimiento. La rentabilidad de la industria no depende del aspecto del producto, ni de si ofrece poca o mucha tecnología, sino de la estructura de la industria.

Para Porter (1987) La estrategia competitiva es la búsqueda de una posición favorable dentro de una industria, manteniendo las ventajas competitivas que esta tiene sobre sus competidores. Su finalidad es establecer una posición rentable y sostenible frente a las fuerzas que rigen la competencia dentro de la industria. La empresa debe partir de la definición de las ventajas que pretende lograr.

La estrategia se fundamenta en la expectativa de rentabilidad y de los factores que depende, así como la posición competitiva en la que se encuentra la industria, no solo responde frente al ambiente, sino que además intenta moldearlo a su favor.

Igualmente para Porter (1987) existen tres estrategias genéricas para mejorar la posición competitiva:

**Liderazgo en costes:** A través del uso eficiente de los recursos, mejoramiento tecnológico, acceso preferencial a materias primas, etc.

**Diferenciación:** Distinguiéndose en algún aspecto que suponga un valor añadido para el consumidor.

**Enfoque – Segmentación:** Se procede con una estrategia de diferenciación pero concentrándose en un segmento en particular, ya sea en un grupo específico de consumidores o en una área geográfica concreta. La empresa podrá responder mejor a las demandas del grupo al que se especializa.

La estrategia competitiva debe ser planificada para el largo plazo y deben ser basadas en la comprensión de la situación actual de la industria como de las necesidades y exigencias de los y las turistas. En este sentido, las empresas no sólo buscan un posicionamiento en el mercado, para captar un segmento de demanda, sino que el verdadero éxito de las mismas reside en la retención de aquellos, es decir en su **fidelización**, lo cual constituye una gran ventaja competitiva, pues implica la obtención de beneficios a largo plazo, que son los que, verdaderamente, rentabilizan una inversión. Sancho (1997).

La **satisfacción de los clientes** constituye la mejor manera para fidelizarlos y dar a conocer de forma adecuada al destino turístico, esta viene determinada por la **calidad del servicio** prestado, lo mismo que se mide por el grado de satisfacción del consumidor en su experiencia turística, estos factores suponen el aumento de ventas y rentabilidad del producto.

El modelo presentado a continuación se enfoca en la competitividad del sector turístico y sirvió como soporte para la investigación realizada en la ciudad de Quito .

### **Modelo integrado de competitividad turística por Dwyer y Kim (2003)**

El modelo parte de dos grandes grupos: **Los recursos y El Entorno** (Véase el Gráfico 11), en cuanto al primero los autores hacen una conveniente diferenciación entre dos tipos de recursos: Los **recursos heredados**, dentro de los cuales se encontrarían los recursos naturales, históricos y el patrimonio cultural y los **recursos creados**, estos serían la infraestructura turística, actividades de recreación, comercio entre otros.

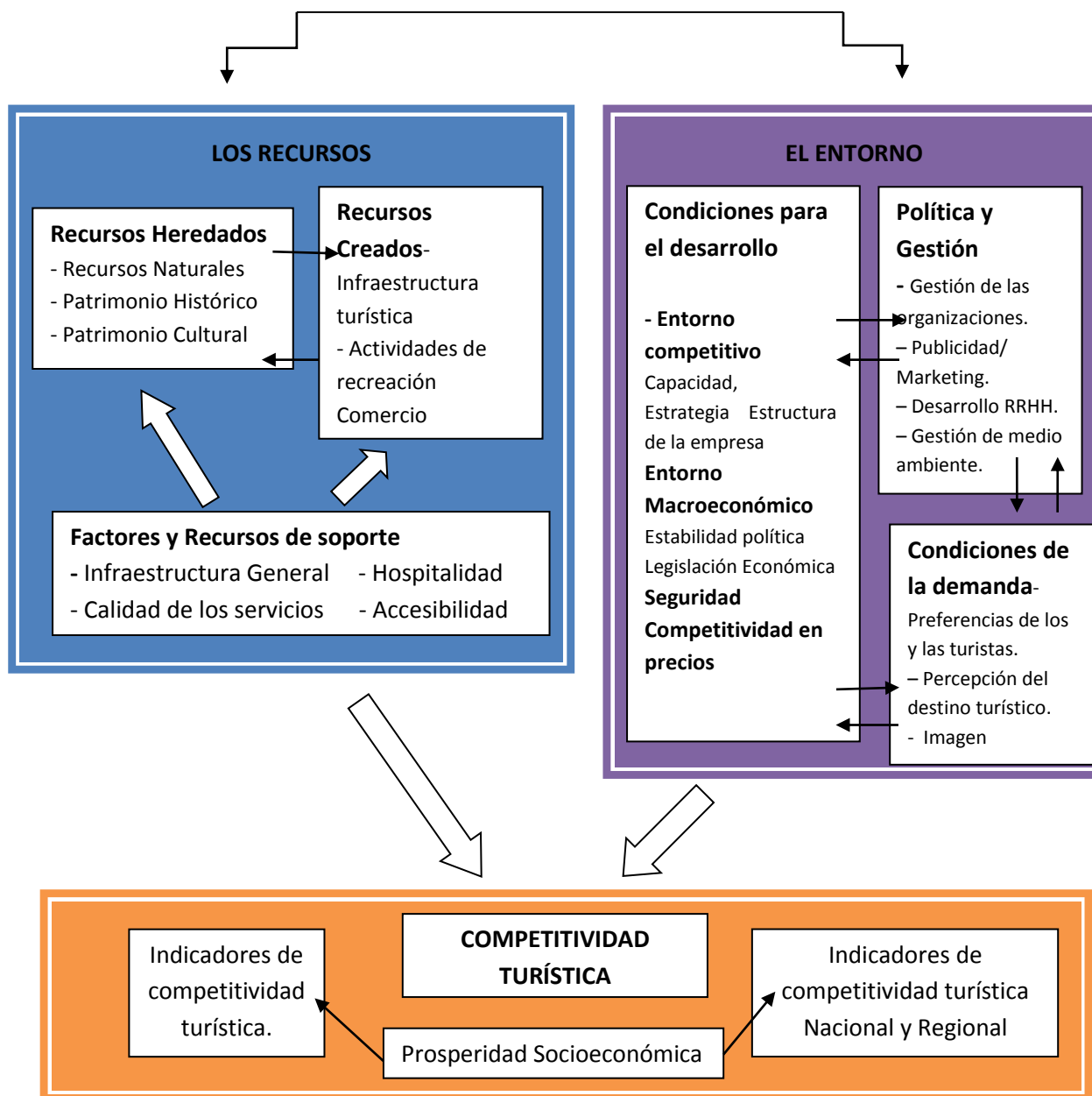
Tanto recursos creados como heredados se sostienen en base a los factores y recursos de soporte, los cuales permitirían acceder a los recursos turísticos que un país tiene, aquí encontraríamos la infraestructura general, calidad de los servicios, accesibilidad, hospitalidad y las relaciones de mercado existentes.

Dentro del entorno primeramente tenemos las **condiciones para el desarrollo**, las mismas son consideradas como modificadores situacionales y están constituidas por el micro entorno competitivo, el entorno macroeconómico, la seguridad y la competitividad en precios. El micro entorno competitivo se refiere a la capacidad, desempeño, estrategias y estructura de las empresas de turismo del destino; el macro entorno competitivo son los factores nacionales e internacionales que afectan la competitividad del destino: la estabilidad política, la legislación económica, el entorno social y cultural y el desarrollo tecnológico. La competitividad en precios está determinada por el costo de los servicios turísticos y la tasa de cambio vigente.

Este se articula con la **Política y Gestión del destino turístico**, está constituido por las actividades encaminadas a la mejora del atractivo de los recursos básicos para adaptarlos a las condiciones situacionales. Abarca la gestión de las organizaciones, las actividades de mercadeo, el desarrollo de recursos humanos y la gestión del ambiente. Además de articularse con las **Condiciones de la Demanda**, las mismas que definen las preferencias de los y las turistas y su percepción sobre determinados destinos, así como la imagen que se tiene de estos a nivel nacional o mundial. Debe cuidarse la imagen del destino turístico puesto que puede afectar positiva o negativamente el número de visitantes.

Como resultado e interacción de estas variables tenemos la competitividad turística y una serie de indicadores de competitividad, dentro de los cuales se destacarían: el número de visitantes, gasto turístico, tasa de crecimiento, participación de mercado, duración de la estadía, tasa de repetición, la contribución del turismo al: valor agregado, al empleo, a la inversión, entre otros.

**Gráfico 11:** Modelo integrado de competitividad de un destino turístico Dwyer & Kim (2003)



**Fuente:** Dwyer Larry, Chulwon Kim (2003) *Destination Competitiveness: A Model and Determinants*. Australia: University of Western Sídney, Korea: Keimyung University.

**Elaboración:** Eduardo Guerrero

Un análisis integral del sector no puede dejar de tomar en cuenta la relación existente entre eficiencia económica, equidad social y preservación del medio ambiente como factores primordiales para el



desarrollo del turismo al largo plazo, en términos sostenibles y amigables con todos los actores que en él intervienen, incluida la naturaleza.

Este modelo servirá de base para determinar la posición competitiva que tiene el Ecuador y concretamente la ciudad de Quito, en función al análisis de las variables que determinan la competitividad de un destino turístico.

### **Desarrollo sostenible en el sector turístico**

El crecimiento económico, se apoya en el uso de recursos naturales. La humanidad durante un largo periodo ha permanecido ciega, o no le ha interesado ver los efectos que ha producido en el medio ambiente. La especie humana ha sido la única capaz por sí misma de alterar el medio ambiente a un nivel mundial por las emisiones de CO<sub>2</sub>, el inadecuado manejo de desechos, una irracional explotación de recursos naturales, un irrespeto a otras formas de vida, etc.

Los efectos son tan claros y atroces que la misma especie cae en cuenta del peligro que corre su supervivencia en el tiempo, por lo que está tomando la conciencia de sostenibilidad en el uso de los recursos. Para no comprometer la supervivencia ni el desarrollo económico a la generación actual ni a las venideras.

La actividad turística al igual que otras, hace uso de un sinnúmero de recursos, y los patrones en la explotación de los mismos han sido similares a otros sectores de la economía. Se ha contaminado un sinnúmero de entornos naturales como playas, ríos, selvas, etc. Y como en otros sectores, el ánimo ambiental surge como resultado de los efectos perjudiciales que ha tenido el sector sobre ciertos recursos y especies. Estos efectos han sido dramáticos y, en muchos casos, irreversibles sobre el entorno.

Según menciona (Sancho, 1997: 246) “En el campo del turismo, se introduce el concepto de turismo sustentable, con la pretensión de compatibilizar el desarrollo turístico y la conservación de los recursos utilizados en dicho desarrollo. Se trata de adoptar una visión de la actividad más a largo plazo, centrada en la preservación de aquellos elementos que han favorecido el nacimiento de un destino turístico” A su vez, Goeldner y Ritchie (2011) manifiestan que se ha popularizado porque es un enfoque que mantiene firme la promesa de preservar un patrón de vida, que es en cierta forma similar al que se tiene hoy, al mismo tiempo que reconoce que no se puede continuar explotando el ambiente global como se ha hecho en el pasado.

Para el turismo la preservación de los recursos naturales, culturales, históricos y sociales, así como el manejo eficiente de desechos, visitantes, entre otros. Constituyen los pilares para el devenir de la actividad en el futuro; el ambiente es el núcleo del producto turístico y las ganancias del sector dependen de cuán mantenidos se encuentren los atractivos de un destino turístico.

El desarrollo del turismo sostenible se basa en la planificación de su funcionamiento, para evitar la afectación de los siguientes factores según Vellas (2004):

- La degradación de los ecosistemas.
- El cuestionamiento del patrimonio cultural.
- Los cambios bruscos de las tradiciones y de las formas de vida.
- La competencia para acceder a los equipamientos colectivos y a las infraestructuras.

Tanto las empresas con relación directa como indirecta o inducida con el sector, utilizan una variedad de recursos. Por ejemplo: la industria de los trasportes (pilar de la actividad turística) hace uso de derivados del petróleo. Los mismos que a su vez generan gases de efecto invernadero, además de una larga lista de recursos naturales para la construcción de los medios de transporte. Los cuales, en los países extractores de dichas materias primas contaminan el agua, el aire, etc. La industria de la alimentación hace uso de la tierra, igualmente usa derivados del petróleo como fertilizantes, genera desechos y desgasta la tierra. Y así para todos los demás sectores relacionados.

Los efectos en el medio ambiente se riegan de igual forma como se riegan los beneficios en el mismo. Cada sector que está dentro de la red de servicios turísticos, sus proveedores, los proveedores de los segundos y así sucesivamente, hacen uso de recursos y pueden alterar el medio ambiente. Por esta razón, la política sostenible debe tener un alcance global y debe estar presente en la conciencia de todas y cada una de las personas sin importar su ingreso, actividad o gustos, pues “cualquier esfuerzo por tratar el tema aisladamente sería ingenuo e inútil” Goeldner y Ritchie (2011:532).

**Objetivos que persigue el desarrollo del turismo sostenible:** El turismo sostenible es definido como un modelo de desarrollo económico diseñado para cumplir con los siguientes objetivos, Sáez, Martín y Pulido (2006):

- Mejorar la calidad de vida de la población local, que vive y trabaja en el destino turístico.
- Proveer una mayor calidad de experiencia para el visitante.
- Mantener la calidad en el tiempo del medio ambiente, del que la población local y los visitantes dependen.
- La consecución de mejores niveles de rentabilidad económica de la actividad turística para los residentes locales.
- Asegurar la obtención de beneficios por parte de los empresarios turísticos. Es decir, ha de procurarse que el negocio turístico sostenible sea rentable, de lo contrario los empresarios olvidarán el compromiso de sostenibilidad y alterarán el equilibrio.

Si se toma en cuenta estas consideraciones, los ejes básicos del desarrollo del turismo sostenible son la eficiencia económica, la conservación ambiental y la equidad social. Como se aprecia en el Gráfico 12.

Dentro de este proceso, se encuentran actores públicos y privados con el fin de resolver aspiraciones y necesidades del ser humano, sin comprometer por ello las generaciones futuras. De esa manera, se constituye como un proceso de continua adaptación al entorno.

**Gráfico 12:** Ejes del desarrollo del turismo sostenible



**Fuente:** Baidal Josep, *Planificación y gestión del Turismo Sostenible*, Universidad de Alicante, España a su vez de Hall (2000,14) y ETB (1991,10)

El turismo en este sentido tiene la enorme capacidad de promover el cuidado del medio ambiente, preservar la cultura, establecer límites para el uso sostenible proteger los atractivos naturales.

### Gestión del turismo sostenible

La gestión de la sostenibilidad, según Sáez, Martín y Pulido (2006), tiene que ver con la planificación y gestión del crecimiento, el uso racional del territorio, el control de los recursos frágiles y con políticas dirigidas a lograr la minimización de los posibles impactos negativos y al mejor aprovechamiento de las oportunidades de negocio y empleo por parte de la población local para favorecer un reparto equitativo de los beneficios.

Si se considera el potencial del sector turístico para el mejoramiento de la calidad de vida de los seres humanos, es de vital importancia hacer una correcta planificación y gestión del mismo, sin permitir que los beneficios generen altos costos para las generaciones actuales y futuras. Es por esto que la sostenibilidad de los ambientes turísticos constituye hoy en día uno de los mayores desafíos de la industria.

Los daños creados al entorno están comúnmente relacionados con la sobre explotación y la gran densidad de concentración de flujos turísticos hacia ciertos destinos. En este sentido, si no se realiza una gestión correcta del sector, puede ser este un factor que perjudique gravemente al medio ambiente natural y social. La evaluación constante del entorno es fundamental para seguir la evolución de la actividad, la calidad del entorno y así poder tomar decisiones a tiempo.

Según Vellas (2004:188) la evaluación se la realizaría desde los siguientes indicadores:

#### **Indicadores de Medio Ambiente**

- Indicador de fragilidad de los ecosistemas y de la biodiversidad.
- Indicador de tratamiento de los residuos
- Indicador de intensidad de utilización del suelo
- Indicador de utilización del agua
- Indicador de protección de la atmósfera
- Otros como: contaminación acústica, número de visitantes, relación turistas/población residente.

#### **Indicadores socio económicos**

- Presión económica
- Impacto social
- Satisfacción de las poblaciones locales
- Seguridad
- Salud pública

Estos indicadores deben ser abordados con la estrecha asociación entre el sector público y privado, sin considerar a la imposición como medio para conseguir los objetivos, sino a la concienciación sobre los beneficios que tiene el adecuado uso de los recursos naturales.

Las acciones, a su vez, deberán ir encaminadas a controlar el consumo del agua y de energías no renovables, limitar el volumen de residuos y garantizar un reciclaje, reducir la contaminación acústica, organizar y canalizar racionalmente el acceso de los visitantes en las zonas sensibles, proveer de capacitación a las empresas sobre el manejo del medio ambiente, contar con financiamiento para acciones de protección y clasificar las zonas a ser protegidas y verificar su cumplimiento.

Como se ha observado, el sector turístico deberá encontrar un equilibrio entre crecimiento económico, sostenibilidad ambiental y equidad social.

## Políticas públicas para la competitividad y sostenibilidad turística

Según Goeldner & Ritchie (2011), las políticas públicas del turismo se pueden definir como un conjunto de regulaciones, reglas, lineamientos, directrices, objetivos y estrategias de desarrollo y promoción. Estas proporcionan un esquema en el cual se toman decisiones colectivas e individuales que afectan directamente el desarrollo turístico a largo plazo y las actividades diarias dentro de un país.

La intervención del estado en el sector se justifica por los siguientes aspectos según (Viñas, Ana & Atienza, Miguel: 2006):

- El Estado como garante de las instituciones y la estabilidad que permiten el crecimiento sostenido de un país.
- El Estado como garante de la cohesión social, que trata de paliar las situaciones de pobreza y desigualdad que surgen de la participación en los mercados.
- El estado como corrector de los fallos que reducen la eficiencia del mercado.
- Planificador, coordinador y ejecutor de políticas públicas turísticas.

En cuanto a las dos primeras, el Estado es el único llamado a consolidar instituciones fuertes que generen estabilidad y confianza en el mercado, así como es el responsable de las políticas redistributivas que tenga un país para la reducción de la pobreza a través de la integración de los sectores relegados.

### Fallos de mercado en la actividad turística

El incumplimiento de los supuestos del modelo de competencia perfecta da lugar a los siguientes fallos de mercado: competencia imperfecta y poder de mercado, bienes públicos y bienes diferenciados, externalidades e información asimétrica.

A continuación se revisará los mismos aplicados al sector turístico:

**1. Estructuras de mercado imperfectamente competitivas:** en la mayoría de mercados las diferencias en el número de empresas que la conforman y el tamaño de las mismas es grande; en el sector turístico por ejemplo, la industria de transporte aéreo está conformada por un número pequeño de grandes empresas, las mismas que controlan la mayor cantidad de la oferta total. En este caso las empresas tienen poder de mercado y pueden influir sobre los precios para incrementar sus beneficios.

Una de las barreras de entrada que permiten la concentración de poder, son los altos niveles de inversión necesarios en el caso del transporte aéreo o de los grandes parques temáticos. Las empresas, en su afán por incrementar beneficios, pueden llegar a acuerdos para mantener precios altos, realizar fusiones, diferenciar sus productos, lanzar agresivas campañas de publicidad y discriminar los precios. La competencia imperfecta supone una inevitable pérdida de la eficiencia, por lo que es necesario que los gobiernos intervengan mediante distintos tipos de regulación para evitar situaciones de control de la oferta y demanda.

**2. Diferenciación de bienes:** Los bienes y servicios que forman parte de la oferta turística no son homogéneos; cada productor intentará diferenciar su producto para dotarle de exclusividad y valor agregado, “El poder de mercado que se pueda obtener por medio de la diferenciación dependerá de la posibilidad de diferenciar y de imitar de cada mercado” Viñas, Ana & Atienza, Miguel (2006:274). La diferenciación efectiva de un producto puede dar poder de mercado a una empresa, por lo menos durante un periodo, pues esta tendrá la exclusividad de producción.

**3. Existencia de bienes públicos:** a diferencia de los bienes privados, cuyo consumo reduce la capacidad de consumo para el resto y su disponibilidad depende de un pago por el mismo, los bienes públicos no tienen exclusión, aún cuando no se pague por ellos, pues todos se benefician del mismo. En el sector turístico, los bienes públicos son fundamentales, pues este depende del sustento que dan los Gobiernos con el servicio de la policía, asfalto de vías, limpieza y mantenimiento de parques, accesibilidad, salubridad, etc.

**4. Externalidades:** Cuando se toman decisiones económicas que tienen efectos esperados o no en terceros, se generan externalidades y pueden afectar negativa o positivamente a terceros no inmiscuidos directamente en la actividad. Las empresas comúnmente se fijan en los costos internos que genera su actividad a la hora de determinar sus ganancias, mas no en los impactos que provocan en la sociedad, así los beneficios de un agente pueden traer la pérdida de bienestar de otro, por ejemplo, con la contaminación de las aguas, pérdida de valor de bienes, etc.

**5. Información asimétrica:** en los mercados, las empresas, como los turistas, tienen información limitada sobre los precios y calidades de los bienes. Obtener esa información tiene un costo que puede ser alto, es por esto que la información se encuentra distribuida de forma asimétrica.

De la información asimétrica se derivan dos problemas principalmente: **la selección adversa y el azar moral**. El primero se refiere a las situaciones donde una de las partes no puede identificar el tipo o la calidad de los bienes o atributos de la otra parte. El segundo se refiere a las situaciones donde un lado del mercado no puede observar lo que hace el otro.

Los gobiernos deben establecer señales en el mercado, para que ayuden a revelar la calidad u otras características que puedan estar ocultas.

En función de los problemas planteados, las políticas públicas turísticas deben cumplir las siguientes **funciones** según Goeldner & Ritchie (2011:466)

- a) Definen las reglas del juego: las condiciones bajo las cuales los operadores turísticos deben operar.
- b) Establecen actividades y conductas que son aceptables para los visitantes.
- c) Proporcionan dirección y orientación comunes para todos los sectores afectados por el turismo dentro de un destino.
- d) Facilitan un consenso en torno a estrategias y objetivos específicos para un destino dado.

- e) Proporcionan un marco para discusiones públicas y privadas acerca del papel y contribuciones del sector turístico a la economía y a la sociedad en general.
- f) Permiten que el turismo interactúe de modo más efectivo con otros sectores de la economía.

Las políticas turísticas afectan el grado de éxito que alcancen actividades como la mercadotecnia de un destino, programas turísticos, rutas de viaje, etc., por lo que su aplicación, seguimiento y evaluación son fundamentales para el desarrollo del sector.

Tomando en cuenta que la sinergia entre competitividad y sostenibilidad es imprescindible para el desarrollo del sector, el Estado debe hacer los esfuerzos necesarios para el establecimiento de acciones que las fomenten.

En este sentido, los elementos de una exitosa administración turística en cuanto a su competitividad en el mercado, así como su sostenibilidad en el tiempo, se presentan a continuación.

**Tabla 4:** Elementos de la administración de los destinos turísticos.

Coordinación entre sectores	Regulación
<b>Competitividad</b> (Despliegue de recursos) <b>Habilidades administrativas de negocios/económicas.</b>	<b>Sostenibilidad</b> (Administración de recursos) <b>Capacidades administrativas ambientales</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mercadotecnia</li> <li>• Administración financiera</li> <li>• Administración de operaciones</li> <li>• Administración de recursos humanos</li> <li>• Administración de la información</li> <li>• Administración de la organización</li> <li>• Planeación estratégica</li> <li>• Administración de proyecto/desarrollo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Administración de desperdicios</li> <li>• Administración de la calidad del agua</li> <li>• Administración de la calidad del aire</li> <li>• Administración de la vida silvestre</li> <li>• Administración de bosques y plantas</li> <li>• Administración de visitantes</li> <li>• Administración de residentes/comunidad</li> <li>• Integridad de monumentos históricos</li> <li>• Reciclaje</li> <li>• Protección a sitios de interés</li> </ul>
<b>Administración de la información</b>	
Monitoreo del destino	Investigación del destino

**Fuente:** Goeldner Charles, Ritchie Brent (2011:470) *Turismo: Planeación, administración y perspectivas*, (3ª ed) México: Limusa. Y Baidal Josep (2006:451), *Planificación y gestión del Turismo Sostenible*, Universidad de Alicante, España.

**Elaboración:** Eduardo Guerrero

Se puede apreciar que una administración global del sector turístico implica habilidades tradicionales de eficiencia económica para conseguir la competitividad, junto con las capacidades de administración ambiental.

Los gobiernos deberán tener un buen sistema de información para la administración de destinos turísticos, el cual constituye una herramienta fundamental para realizar un adecuado diagnóstico, implementación, seguimiento y evaluación de las políticas turísticas.

El proceso de formulación de la política turística se ha descrito tradicionalmente a partir de la identificación de los problemas de la actividad turística, cuya resolución se convierte en los objetivos que persigue dicha política Sáez, Martín y Pulido (2006). El cumplimiento de los objetivos está ligado a un sinnúmero de sectores de incidencia directa e indirecta, por lo que una política turística debe integrar aspectos económicos, sociales y medio ambientales agrupando a todos los afectados por la actividad.

La política turística, emplea los siguientes instrumentos para la consecución de los objetivos planteados, según Velasco (2004):

- a) **Organizativos:** son las estructuras organizativas públicas o de naturaleza mixta con responsabilidades en materia turística. Ejm: Ministerio de turismo, Empresa metropolitana Quito turismo, etc.
- b) **Planes:** constituyen el resultado del proceso de planificación, donde se identificaron objetivos y se desarrollaron programas para conseguirlos. Ejm: Plandetur 2020.
- c) **Programas:** contienen un conjunto de acciones para la consecución de cierto objetivo. Ejm: Programa Mi Canoa Turística, Consolidar Turismo Comunitario, etc.
- d) **Instrumentos normativos:** normas legales de carácter vinculante.
- e) **Instrumentos financieros:** constituyen medidas de fomento del turismo, a través de créditos preferentes, subvenciones, etc.
- f) **Acciones de comunicación:** su objetivo es el divulgar la importancia de la actividad turística, a través de condecoraciones, congresos, reuniones, etc.

Los Gobiernos deberán tener una política turística clara y acorde a las necesidades del sector. Analizando su situación actual y poniendo en marcha los planes propuestos. Una buena administración garantizará una adecuada interacción entre los sectores inmiscuidos con la actividad, fomentará la confianza, minimizará los fallos de mercado y, en definitiva, permitirá que se desarrolle de una forma adecuada.



## ***El Turismo en el mundo: Evolución y perspectivas***

El rápido crecimiento del movimiento de personas en el mundo a nivel nacional como internacional, ha generado un sector turístico gigante, dinámico y de dimensiones planetarias. Con profundas e importantes incidencias, como dice (Sáez, Martín y Pulido, 2006:21) “El turismo es un fenómeno de gran trascendencia económica, social y cultural, y una actividad económica transversal de difícil delimitación, de la que aún se desconoce su dimensión económica de forma precisa” Constituye un fenómeno mundial, pues se lo observa en todo el planeta, claro está, en distinta proporción y calidad.

Tanto en economías avanzadas como emergentes, el turismo se ha convertido en uno de los principales componentes de desarrollo; genera inversión, empleo, tecnificación, disminución de la pobreza y crecimiento, entre otros. Sus orígenes se remontan a los orígenes mismos de las sociedades organizadas, aunque constituye un fenómeno típico de la sociedad contemporánea<sup>6</sup>, por su generalización e impacto que tiene en nuestros días.

A continuación se analizará al sector turístico en el mundo con sus principales características y determinantes. Se procederá revisando su evolución histórica desde los albores de las sociedades humanas hasta la era contemporánea, su situación actual, perspectivas y los efectos económicos que se manifiestan en la economía del mundo.

Este será el punto de partida a partir del cual se conocerá la macro estructura turística y sus incidencias. De este modo se proseguirá delimitando el área de estudio para la consecución de los objetivos planteados.

### **1.1 Evolución del turismo en el mundo**

El turismo es una actividad antigua, desde los albores de las sociedades organizadas, el ser humano ha tenido la necesidad de trasladarse de un lugar a otro por distintos motivos como caza, guerras, comercio, ocio, sustento, política, entre otros, sin embargo, como afirma Sáez, Martín y Pulido (2006) El turismo como tal es un fenómeno gestado en el siglo XX. Con anterioridad, (el viajar) era solo un fenómeno marginal. La expansión del turismo ha seguido el desarrollo económico e industrial, pero este no explica todo, el logro de las vacaciones pagadas para la mayoría de países industrializados ha contribuido, verdaderamente, a su desarrollo.

#### **1.1.1 Historia**

La historia del turismo está íntimamente ligada con la historia de las sociedades en el mundo y el desarrollo del comercio, las invenciones tecnológicas, la creatividad, las creencias religiosas, entre otras.

---

<sup>6</sup> Entiéndase desde la segunda mitad del siglo XX hasta los tiempos actuales.

Los sumerios y sus invenciones como la moneda y el desarrollo del comercio (cerca del año 4000 a.C.), además de la escritura cuneiforme y la rueda, constituyen elementos de una verdadera revolución tecnológica que propició el desarrollo de los viajes y la conquista del mundo. Desde aquellas épocas en civilizaciones como los babilonios, persas, egipcios, griegos y chinos, los viajes han sido parte fundamental para el intercambio cultural y comercial, los cuales estaban vinculados en su mayoría con las élites económicas o de conocimiento.

En la antigua Roma (Mesplier, 2000:17) “En el imperio de Alejandro, los ciudadanos ricos construyen bonitas villas y acondicionan lugares de descanso y esparcimiento como Cánope, cerca de Alejandría y Dafne en las proximidades de Antioquia”, lo que muestra que los inicios del turismo vienen acompañados con el desarrollo de la urbanidad. Con la formación de ciudades cada vez más organizadas y grandes en extensión y población, las élites buscaban una forma de salir del ambiente saturado y ruidoso de las ciudades. Por lo que se llegó a constituir cinturones de villas para practicar el Ocio (Otium).

Los turistas de aquellas épocas, como hoy en día se acostumbra, usaban guías, dejaban inscripciones por todas partes y compraban recuerdos. El griego Pausania escribió la *Descripción de Grecia*, que es la única guía turística que sobrevive de los tiempos antiguos, sin duda, un hito en la historia del turismo, Goeldner y Ritchie (2011).

Durante la Alta Edad Media<sup>7</sup>, la práctica del turismo, por las continuas guerras, la ralentización del crecimiento urbano y la inseguridad, se ve afectada, sin embargo existen considerables peregrinaciones que moverían a millares de personas con fines religiosos a distintos lugares, motivados por sus creencias religiosas.

En aquellas épocas no había relación entre viajes con placer o entretenimiento. Todo lo contrario, solo los más atrevidos se desplazaban de un lugar a otro por los peligros que estos tenían, Mesplier (2000b).

Con la llegada del renacimiento, no solo de las artes sino también de las ciencias, llegaron invenciones tecnológicas y las ciudades crecieron. Así mismo, el crecimiento del comercio motivó la búsqueda de nuevas rutas para abaratar costos, así como nuevos mercados para obtener mayores beneficios y, de este modo, se integraron al comercio mundial nuevos y hermosos lugares.

En primera instancia, el desarrollo de la industria marítima así como la ferroviaria motivaron el crecimiento comercial y, con este, el movimiento de personas. El desarrollo del vehículo y el avión, constituyen, de igual manera, hitos en el desarrollo del turismo. Todo esto ha estado acompañado por el crecimiento de infraestructura para la hospitalidad de los viajeros. Con el desarrollo tecnológico y social conforme pasan los años, el turismo deja de ser una actividad exclusiva de las élites; ya que se socializó de forma casi generalizada en el mundo entero y, de ese modo, se constituyó como un importante sector en las economías de las naciones.

---

<sup>7</sup> Extendiéndose desde la caída del Imperio Romano de Occidente hasta aproximadamente el año 1000.

Aunque el turismo como actividad existe desde los primeros años de las sociedades humanas, no fue hasta fines de la segunda guerra mundial que se comenzó a democratizar: creció de forma exponencial en todo el mundo y tuvo notable influencia en las economías y cultura alrededor del mismo.

Hoy en día, el turismo mueve millones de dólares en recursos, por lo que cada vez más países ven al turismo como una opción válida para desarrollarse.

### **1.1.2 Determinantes del boom Turístico mundial**

Si bien es cierto, a lo largo de la historia del ser humano el turismo se ha trasladado de un lugar a otro con distintos fines, podemos hablar del turismo como un fenómeno de masas a partir de la segunda mitad del siglo XX. Las razones que estarían detrás de este fenómeno serían las siguientes:

- a) **Crecimiento económico y relaciones comerciales:** a partir de la segunda guerra mundial, la mayoría de economías experimentaron un fuerte crecimiento económico, al que se lo llamó la “Treintena Gloriosa”; las condiciones laborales mejoraron considerablemente para los trabajadores, a partir de lo que se constituyó la época de oro del empleo asalariado, Valenti, Avaro y Casalet (2008). Estas condiciones incrementaron la capacidad adquisitiva y el tiempo libre de los asalariados; se incrementó la demanda turística considerablemente en el mundo sobre todo desarrollado.

La crisis iniciada a mediados de los años setenta no afectó demasiado al turismo; se tradujo en elecciones más económicas de alojamiento y en un recorte del tiempo. Por otro lado, la aparición de nuevos países industrializados, sobre todo en el Suroeste Asiático, incrementó la demanda turística de negocios.

- b) **Mejoramiento de factores sociales:** la aparición de vacaciones pagadas constituye un factor fundamental para la democratización del turismo. Estados Unidos fue el primer país que adoptó esta medida en 1914, progresivamente se fue extendiendo a Australia, Nueva Zelanda -1920- y Europa, entre 1924 y 1936. A esto se suma el incremento en la esperanza de vida y la reducción de la edad de jubilación en algunos países.
- c) **Creciente Urbanización:** las grandes ciudades y su ambiente saturado de ruido, smog, tráfico, motivó a las personas a buscar descanso en el campo, las costas cercanas o las montañas. En estos lugares se desarrollaron complejos de alojamiento para todos los recursos y posibilidades.
- d) **Desarrollo tecnológico:** el tren fue en primera instancia el que motivó el desarrollo del turismo, con el desarrollo tecnológico se cambió el tren por las carreteras y el automóvil, esto permitió que el turismo interno crezca considerablemente. Así mismo el avión y la progresiva reducción de sus costos, ha permitido grandes desplazamientos entre distintos continentes, islas y archipiélagos que habían estado apartados del mapa turístico mundial. En definitiva, el transporte ha ido abriendo constantemente nuevos mercados, cada vez más lejanos y fomentando el crecimiento del turismo en el mundo.

Hoy en día, el Internet constituye uno de los insumos básicos de muchas empresas y hogares, constituye en el turismo, una de las más usadas fuentes de promoción. Por otro lado, el turista tiene mucha más información disponible con contenido multimedia, como descripciones claras del alojamiento, entre otras. En función a sus necesidades, el turista puede idear paquetes que se acomoden a sus gustos y presupuesto, financiar directamente con tarjeta de crédito, recibir comentarios y sugerencias de otros viajeros, encontrar fotos, referencias, mapas del destino preferido, etc.

Estos factores desarrollaron al sector turístico tanto interno como externo, junto con todos sus determinantes. Hoy en día, el turismo interno está generalizado en todos los estratos económicos. Mientras que el turismo internacional está aún más relacionado con los estratos que tienen mayores ingresos por los elevados costos de movilización y manutención en el destino turístico. Con el paso de los años y el desarrollo de nuevas tecnologías, junto con el desarrollo económico, el mundo se hace más pequeño, los costos se reducen y más gente tendrá posibilidades de viajar por distintos motivos a distintos países.

## 1.2 El sector turístico en la era contemporánea

El turismo y sus implicaciones económicas y sociales están tomando cada vez mayor relevancia en el mundo, sobre todo en países emergentes que tienen una oferta turística en maduración, para estos, el turismo está constituyendo una importante fuente de divisas que se inyectan a diversos sectores de la economía por el efecto multiplicador que este tiene en la sociedad.

Para el año 2012, el mundo tuvo un total de 1 035 millones de turistas, lo que registró un incremento del 3,8%, un valor inferior al crecimiento registrado en el 2011 de 4,7%, esto ha generado ingresos por casi un billón de dólares<sup>8</sup>.

En este tiempo, la industria turística se sitúa como una de las más grandes y con mayores impactos en la economía mundial. En el año 2011 contribuyó al PIB mundial con un 9%, por encima de la industria automotriz -8,5%- y superada únicamente por el sector bancario financiero -11%-. Para este mismo año, empleó directamente a 100 millones de personas e indirectamente a 260 millones. El continuo incremento en la demanda interna y externa constituye un gran incentivo para el crecimiento de las inversiones, representando el 4,5% del total mundial para el año 2011<sup>9</sup>.

La industria turística produce efectos directos, indirectos e inducidos. Como demuestran las cifras, constituye un gran generador de ingresos, empleo, inversión y exportaciones, lo que estimula de este

---

<sup>8</sup> Cifras preliminares, Organización Mundial de Turismo. **Barómetro del turismo mundial enero 2013**

<http://mkt.unwto.org/es/barometer> Barómetro OMT enero – 2013, Volumen 11.

<sup>9</sup> Información estadística del sector turístico en la era contemporánea tomada del World Travel and Tourism Council WTTC (ver el Informe de la actividad turística 2011) y de la Organización Mundial de Turismo (barómetros anuales del turismo),

modo al crecimiento económico general, la redistribución de la riqueza y, consecuentemente, la reducción de la pobreza.

En la última década, el sector turístico creció en promedio un 3,8% anual, tomando en consideración que hubo dos años (2001 -0,15% y 2009 -4,57%) en los que el crecimiento fue negativo. Dicho decrecimiento fue provocado en el primer caso por el ataque a las torres gemelas y en el segundo por la recesión económica mundial.

### 1.2.1 Principales destinos turísticos mundiales y sus ingresos

Tradicionalmente, en los primeros 10 puestos de el ranking turístico (en cuanto a número de turistas e ingresos) se han ubicado a excepción de México, Turquía, Malasia y China, países económicamente desarrollados. Así, Francia, España y Estados Unidos se han ubicado comúnmente en lo primeros puestos. Para el año 2011, China superó a España y se encuentra por debajo únicamente de Estados Unidos y Francia.

**Tabla 5:** Principales destinos turísticos en el mundo, entrada de turistas (millones)

#	Países	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	Cuota de mercado año 2011	% Crec. 05-11
1	Francia	75	77,9	80,9	79,2	74,2	76,3	79,5	8,03%	6,00%
2	EE.UU.	49,2	51	56	57,9	54,9	59,7	62,3	6,29%	26,63%
4	China	46,8	49,9	54,7	53	50,9	55,7	57,6	5,82%	23,08%
3	España	55,9	58	58,7	57,2	52,2	60,1	56,7	5,73%	1,43%
5	Italia	36,5	41,1	43,7	42,7	43,2	53,6	46,1	4,66%	26,30%
7	Turquía	20,3	18,9	22,2	25	25,5	27	29,3	2,96%	44,33%
6	Reino Unido	28	30,7	30,9	30,1	28	28,1	29,2	2,95%	4,29%
8	Alemania	21,5	23,6	24,4	24,9	24,2	26,9	28,4	2,87%	32,09%
9	Malasia	16,4	17,5	21	22,1	23,6	24,6	24,7	2,49%	50,61%
10	México	21,9	21,4	21,4	22,6	21,5	22,4	23,4	2,36%	6,85%
TOTAL 10 PAISES		371,5	390	413,9	414,7	398,2	434,4	437,2	44,16%	23,44%
TOTAL MUNDO		802	846	901	919	879	940	990	100%	

**Fuente:** Organización Mundial de Turismo. *Barómetros del turismo mundial (2006-2012)*,

<http://mkt.unwto.org/es/barometer>

**Elaboración:** Eduardo Guerrero

Los diez primeros destinos turísticos a nivel mundial tienen una cuota de mercado del 44,16%, con lo cual se aprecia que es un sector que está altamente concentrado. Muchos de estos países, además de sus atractivos históricos, tecnológicos, culturales, etc., se benefician del lugar geográfico en el que se

encuentran, tomando en cuenta que para la mayoría de países, sus principales exportaciones turísticas son absorbidas por los países vecinos más cercanos.

En cuanto a los ingresos percibidos por la actividad turística, encabeza la lista Estados Unidos, con 116 mil millones de dólares, seguido por España, Francia y China. En conjunto, los ocho primeros obtienen un 41,54% del total de ingresos mundiales derivados de la actividad turística.

**Tabla 6:** Principales destinos turísticos en el mundo, ingresos por turismo (miles de millones de dólares)

	Países	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	% Participación 2011	% Crec. 05-11
1	EE.UU.	81,8	85,8	96,9	110	93,9	103,5	116,3	11,29%	42,18%
2	España	48	51,1	57,6	61,6	53,2	52,5	59,9	5,82%	24,79%
3	Francia	44	46,3	54,3	56,6	49,4	46,3	53,8	5,22%	22,27%
5	China	29,3	33,9	37,2	40,8	39,7	45,8	48,5	4,71%	65,53%
4	Italia	35,4	38,1	42,7	45,7	40,2	38,8	43	4,17%	21,47%
6	Alemania	29,2	32,8	36	40	34,7	34,7	38,8	3,77%	32,88%
7	Reino Unido	30,7	34,6	38,6	36	30,1	30,4	35,9	3,49%	16,94%
8	Australia	16,8	17,8	22,3	24,8	25,6	30,1	31,4	3,05%	86,90%
9	Turquía	18,2	16,9	18,5	22	21,3	20,8	nd		
10	Austria	16,1	16,6	18,7	21,6	19,4	nd	nd		
<b>TOTAL MUNDO</b>		<b>679</b>	<b>744</b>	<b>857</b>	<b>942</b>	<b>852</b>	<b>928</b>	<b>1030</b>	<b>41,51%</b>	<b>51,69%</b>

**Fuente:** Organización Mundial de Turismo. *Barómetros del turismo mundial (2006-2012)*,

<http://mkt.unwto.org/es/barometer>

**Elaboración:** Eduardo Guerrero

Como afirman Sáez, Martín y Pulido 2006: 93 “La importancia del turismo depende del nivel de desarrollo económico de un país. “A medida que los países son mas ricos, el ocio asume una importancia económica creciente. En los países con menores niveles de vida, los recursos se emplean principalmente para satisfacer las demandas básicas de alimentación, vestido y vivienda, con poca renta disponible para el ocio”

La relación entre desarrollo turístico y económico es evidente: un país con mayor desarrollo económico presenta una red de recursos de soporte mucho más amplia, está en capacidad de proporcionar servicios de alta calidad, eficientes sistemas de transporte, seguridad y una amplia red de servicios. Además la cantidad de atracciones relacionadas con el entretenimiento, la tecnología, cultura e historia es grande y variada.

Para estos países, el turismo es de vital importancia para sus economías por la cantidad de recursos que provienen de ella. Con lo cual, la incidencia que tienen estos ingresos sobre los sectores e industrias relacionadas es amplia.

### 1.2.2 Llegada de turistas internacionales

A partir de los años 50, la llegada de turistas no ha dejado de crecer sustancialmente en todo el mundo, ha aumentado en periodos de auge económico, ha moderado su crecimiento en periodos de recesión y se ha recuperado rápidamente tras un periodo de crisis. Lo que muestra la relación existente entre la actividad turística y el desenvolvimiento económico.

**Tabla 7:** Llegada de turistas en el mundo (millones)

Año	Mill. Per.	% crec.	Año	Mill. Per.	% crec.
1950	25,00	-	1985	330,00	-2,80%
1960	69,00	176,0%	1986	337,00	2,12%
1961	75,00	8,70%	1987	362,00	7,42%
1962	81,00	8,00%	1988	393,00	8,56%
1963	90,00	11,11%	1989	424,00	7,89%
1964	105,00	16,67%	1990	456,00	7,55%
1965	113,00	7,62%	1991	462,00	1,32%
1966	120,00	6,19%	1992	501,00	8,44%
1967	130,00	8,33%	1993	519,00	3,59%
1968	131,00	0,77%	1994	545,00	5,01%
1969	143,00	9,16%	1995	564,00	3,49%
1970	166,00	16,08%	1996	595,00	5,50%
1971	179,00	7,83%	1997	593,00	-0,34%
1972	189,00	5,59%	1998	610,00	2,87%
1973	199,00	5,29%	1999	632,00	3,61%
1974	206,00	3,52%	2000	683,00	8,07%
1975	222,00	7,77%	2001	682,00	-0,15%
1976	229,00	3,15%	2002	702,00	2,93%
1977	249,00	8,73%	2003	713,25	1,6%
1978	267,00	7,23%	2004	762,00	13,90%
1979	283,00	5,99%	2005	802,00	5,25%
1980	288,00	1,77%	2006	847,00	5,61%
1981	290,00	0,69%	2007	901,00	6,38%
1982	289,00	-0,34%	2008	919,00	2,00%
1983	293,00	1,38%	2009	877,00	-4,57%
1984	321,00	9,56%	2010	940,00	7,18%

**Fuente:** Organización Mundial de Turismo. *Barómetros del turismo mundial*,  
<http://mkt.unwto.org/es/barometer>

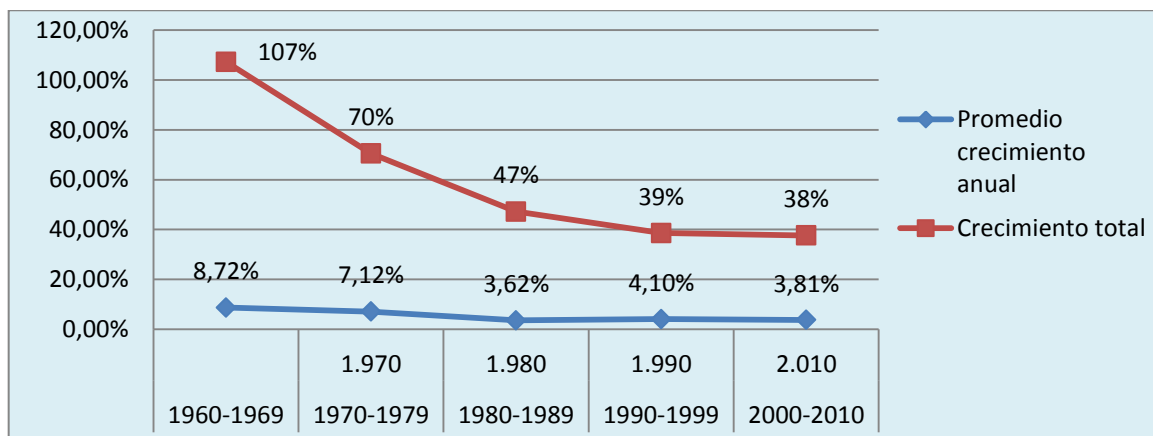
**Elaboración:** Eduardo Guerrero

Las llegadas de turistas en el mundo han pasado de 25 millones, en el año de 1950, a 1 035, en el año 2012. Evidencia clara del *boom* turístico desde la segunda mitad del siglo XX. Como promedio desde los años 60's, el sector turístico ha crecido en un 5,44% anual.

El sector turístico es uno de los sectores de la economía que crece con mayor ritmo. Son pocos los años en los que ha tenido un crecimiento negativo. Estos años han estado caracterizados por fuertes crisis económicas, impactos suscitados por actos terroristas, desastres naturales, etc. Sin embargo, estos problemas se han concentrado en su lugar de origen y no han tenido implicaciones duraderas.

Pese a que el crecimiento ha sido dinámico desde 1950, este ha ido disminuyendo de una a otra década: ha pasado de un promedio de crecimiento anual del 8,72% en los años 60's, al 3,81% en la primera decena del año 2000. Igualmente, si se toma en cuenta el crecimiento total en una década se ha pasado de un 107% en la década del 60, al 38% en la década del 2000. Esto nos muestra un sector turístico maduro para las economías avanzadas, que históricamente han participado de la mayor parte del turismo receptor como emisor.

**Gráfico 13:** Evolución en el crecimiento en la llegada de turistas en el mundo



**Fuente:** Organización Mundial de Turismo. *Barómetros del turismo mundial*,

<http://mkt.unwto.org/es/barometer>

**Elaboración:** Eduardo Guerrero

Por otro lado, existen muchas economías emergentes como China, India, Brasil, Vietnam, entre otras, que están en plena etapa de crecimiento, por lo que la participación en el sector turístico mundial de las economías emergentes está creciendo notablemente (véase la Tabla 8).

Las economías emergentes han pasado de tener una cuota de mercado del 38% para el año 2000, al 47% en el año 2011, lo que evidenció un extraordinario crecimiento en 10 años. La tendencia muestra que la participación en la actividad turística entre economías avanzadas y emergentes podría igualarse en la próxima década.



**Tabla 8:** Participación turística economías emergentes y avanzadas

Tipo economía	2000	%	2005	%	2008	%	2009	%	2010	%	2011	%
Economías avanzadas	417	62%	453	57%	495	54%	474	54%	498	53%	527	53%
Economías emergentes	257	38%	345	43%	424	46%	408	46%	442	47%	463	47%
<b>Total Mundo</b>	<b>674</b>	<b>100%</b>	<b>798</b>	<b>100%</b>	<b>919</b>	<b>100%</b>	<b>882</b>	<b>100%</b>	<b>940</b>	<b>100%</b>	<b>990</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Organización Mundial de Turismo. *Barómetros del turismo mundial (2002-2012)*,  
<http://mkt.unwto.org/es/barometer>

**Elaboración:** Eduardo Guerrero

### 1.2.3 Ingresos mundiales por la actividad turística

Los ingresos mundiales por la actividad turística han tenido un comportamiento similar; han crecido desde los 2 mil millones de dólares en el año de 1950, a 928 mil millones de dólares en el año 2010. Se debe tomar en cuenta que el ritmo de crecimiento en ingresos incluso ha sido mayor a las llegadas de turistas (véase la Tabla 9).

Tanto las llegadas de turistas como los ingresos generados, muestran que el sector turístico está en auge pese a los efectos producidos por los inevitables ciclos económicos. Se ha constituido como un fenómeno que en gran medida caracteriza a la sociedad actual y que caracterizará incluso en mayor medida, a la venidera, pues está íntimamente ligado a la globalización y sin duda este es un proceso que no tiene marcha atrás.

Como lo confirman las cifras, el turismo se ha constituido, a partir de la Segunda Guerra Mundial, como uno de los motores más importantes de la economía, teniendo una incidencia directa, indirecta e inducida en los países receptores. Directamente se ven involucrados sectores de alojamiento hospitalidad, extra-hoteler, agencias de viajes, transporte, alimentación, etc., e indirectamente con todos los que proveen de bienes y servicios a los primeros, los mismos que de igual manera emplean recursos humanos, financieros y otros. Con lo cual la medición total de los efectos indirectos e inducidos es complicada, pues se diluye en casi toda la economía.

El balance final de la actividad turística no dependerá únicamente de los beneficios asociados al mismo, sino también de los costos sociales y ambientales en los que se incurre. Por tanto, lo que interesa es analizar el resultado neto de la actividad.

**Tabla 9:** Ingresos por la actividad turística en el mundo, en miles de millones de dólares

AÑO	Mil. mill.	% crec.	AÑO	Mill. Per.	% crec.
1950	2,00	-	1985	117,00	4,4%
1960	7,00	12,60%	1986	142,00	21,1%
1961	7,00	6,1%	1987	175,00	22,7%
1962	8,00	10,2%	1988	203,00	16,00%
1963	9,00	10,7%	1989	219,00	8,3%
1964	10,00	13,40%	1990	262,00	21,2%
1965	12,00	15,2%	1991	273,00	42,4%
1966	13,00	15,0%	1992	314,00	15,02%
1967	14,00	4,40%	1993	321,00	2,23%
1968	15,00	3,7%	1994	352,00	9,66%
1969	17,00	12,1%	1995	403,00	14,49%
1970	18,00	6,6%	1996	425,00	5,46%
1971	21,00	16,67%	1997	432,00	1,65%
1972	25,00	18,01%	1998	441,00	2,08%
1973	31,00	26,01%	1999	463,00	4,99%
1974	34,00	8,9%	2000	475,00	2,59%
1975	41,00	20,3%	2001	471,00	-0,84%
1976	44,00	9,2%	2002	488,00	3,61%
1977	56,00	25,2%	2003	515,00	5,53%
1978	69,00	23,7%	2004	628,00	21,94%
1979	83,00	21,1%	2005	679,00	8,12%
1980	104,00	24,2%	2006	743,00	9,43%
1981	106,00	2,0%	2007	857,00	15,34%
1982	99,00	-6,60%	2008	939,00	9,57%
1983	101,00	2,02%	2009	851,00	-9,37%
1984	110,00	9,8%	2010	919,00	7,99%

**Fuente:** Organización Mundial de Turismo. *Barómetros del turismo mundial*,

<http://mkt.unwto.org/es/barometer>

**Elaboración:** Eduardo Guerrero

### 1.3 Efectos económicos del turismo en el mundo

El sector turístico se ha establecido como una opción válida para fomentar el crecimiento y el desarrollo económico<sup>10</sup> de un país. Entre las ventajas comparativas del turismo frente a otros sectores para motivar el desarrollo, estarían las siguientes según Saez, Martín y Pulido (2006):

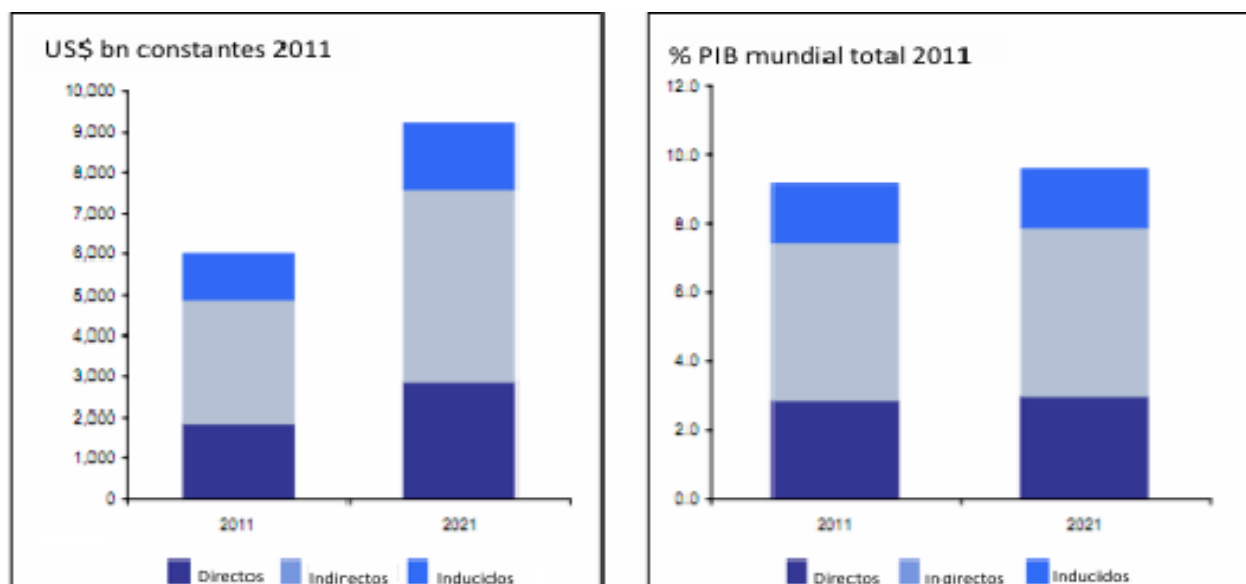
<sup>10</sup> El desarrollo económico analiza la relación entre crecimiento económico y su influencia en los niveles de vida y el bienestar general de una población. Haciendo uso de indicadores como el coeficiente de Gini, el Índice de desarrollo humano, etc. (Saez, Martín y Pulido, 2006)

- Menores niveles de importaciones para proveer bienes y servicios turísticos, pues en general los turistas compran servicios que pueden ser suministrados, en gran medida por la población local.
- Posee una elevada tasa de crecimiento, en comparación con otros productos de exportación.
- Los elementos naturales como (playas, montañas, etc.) integrantes básicos del producto turístico, constituyen las materias primas. Estos factores pueden ser beneficiosos a un determinado costo.
- El turismo no se enfrenta a barreras arancelarias ni cuotas.
- La intensidad del factor trabajo, sobre todo en el sector de alojamiento.
- Las mejoras en infraestructura contribuyen positivamente a otros sectores y viceversa.

### 1.3.1 Contribución del sector Turístico en el PIB

El turismo ha contribuido para el año 2011, con un 9,1% del PIB mundial, alcanzando los 5 991,9 billones de dólares, lo que indica la profunda incidencia económica que tiene, ya que sus efectos indirectos son más grandes que los directos. Esta contribución se ha sustentado en el consumo derivado de la experiencia turística, las inversiones públicas como privadas, exportaciones e importaciones turísticas, entre otros como se indica a continuación:

**Gráfico 14:** Contribución total del sector turístico al PIB mundial



**Fuente y elaboración:** World Travel & Tourism Council (2011) *Travel and Tourism economical impact 2011*. [http://www.wttc.org/site\\_media/uploads/downloads/world2\\_2.pdf](http://www.wttc.org/site_media/uploads/downloads/world2_2.pdf)

La combinación de efectos directos, indirectos e inducidos de un patrón de gastos, determinará el impacto total de la industria<sup>11</sup>.

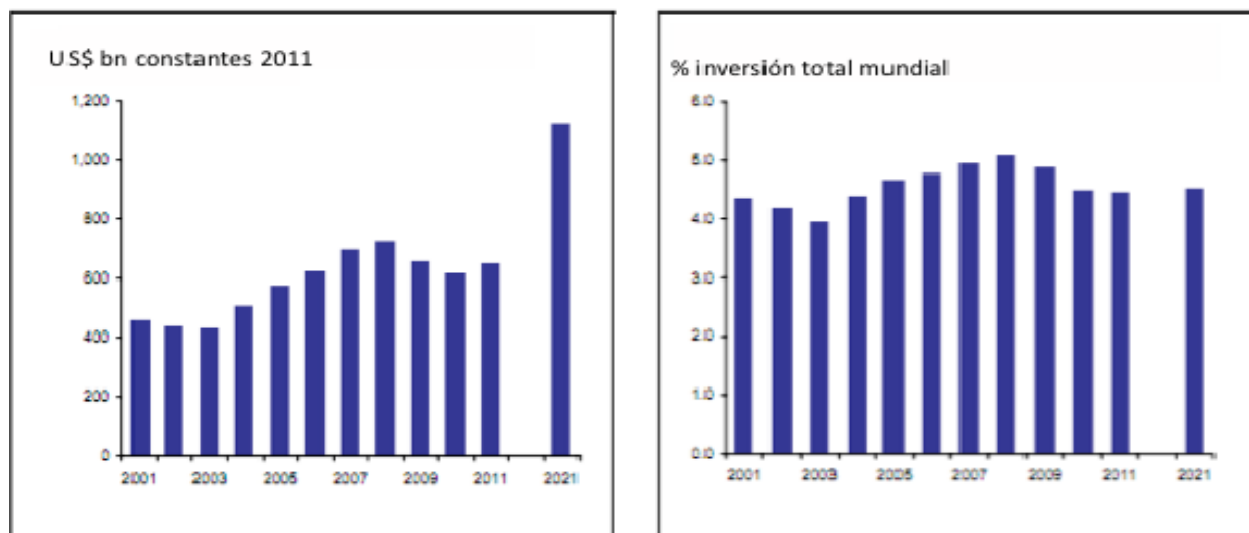
<sup>11</sup> Según el WTTC, los efectos directos son producidos por el gasto privado y público en relación directa con la industria turística, incluye los sectores de; hospedaje; transporte; entretenimiento; recuerdos; atracciones; renta de autos, etc. Los efectos indirectos incluyen a los proveedores, sueldos, impuestos, licencias, intereses, etc. Que pagan los primeros. Los efectos

### 1.3.2 Estímulo a las inversiones

La industria turística se caracteriza por contener empresas de todos los tamaños cubriendo una gran variedad de bienes y servicios ofertados. Desde grandes cadenas de hoteles, casinos, teatros, cruceros hasta pequeños restaurantes, moteles, lavanderías, tiendas de arte, etc.

En este sentido, la inversión que viene del lado público y privado permite el crecimiento del PIB. La inversión pública en infraestructura y súper estructura como vías, puertos, aeropuertos, etc., estimula a su vez la inversión privada turística a una pequeña y gran escala, además beneficia de igual manera a otros sectores de la economía.

**Gráfico 15:** Inversión mundial en el sector turístico



**Fuente y elaboración:** World Travel & Tourism Council (2011) *Travel and Tourism economical impact 2011*. [http://www.wttc.org/site\\_media/uploads/downloads/world2\\_2.pdf](http://www.wttc.org/site_media/uploads/downloads/world2_2.pdf)

En la última década, el porcentaje del total de inversiones se ha mantenido estable entre el 4% y 5%. Para el año 2011 la inversión en el sector turístico aportó con un 4,5% del total de inversiones en el mundo.

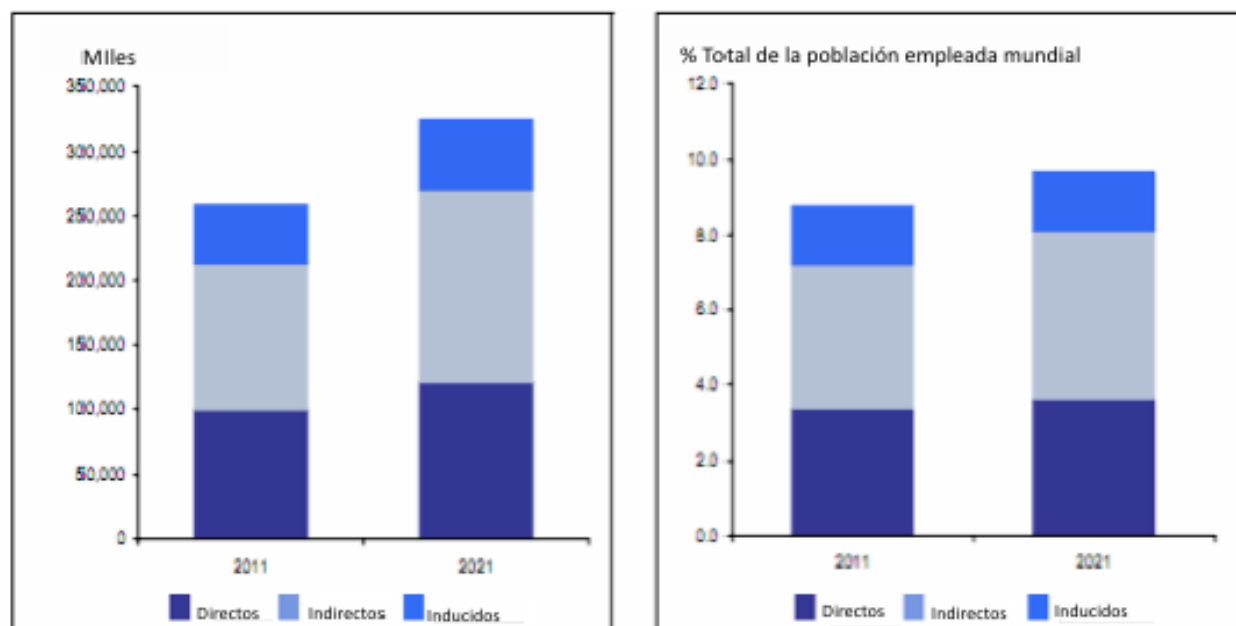
### 1.3.2 Generación de empleo

En el gráfico 16 se puede apreciar el alcance que tiene el turismo en la generación de empleo, que para el año 2011 generó 99 millones de puestos de forma directa y 259 millones de puestos totales. Esto contribuyó con un 9% del total del empleos en la economía. Se aprecia, igualmente, que los efectos indirectos e inducidos son mayores que los efectos directos, pues la actividad turística como ya se ha mencionado es multidisciplinar y está relacionada con todo un entorno económico y social.

---

inducidos son aquellos que se generan por el gasto de los terceros beneficiarios, se encuentran tiendas varias, servicios de salud, eventos, etc.

**Gráfico 16:** Contribución del sector turístico al empleo en el mundo



**Fuente y elaboración:** World Travel & Tourism Council (2011) *Travel and Tourism economical impact 2011*. [http://www.wttc.org/site\\_media/uploads/downloads/world2\\_2.pdf](http://www.wttc.org/site_media/uploads/downloads/world2_2.pdf)

Como se puede apreciar, los efectos económicos que la actividad turística tiene en el mundo son grandes y significativos; es un sector que, en los momentos actuales, se ha constituido como uno de los pilares de la economía mundial.

El sector turístico en la región, incluyendo el Caribe, América Central y América del Sur, ha crecido considerablemente, desde el año 2000 al 2011 ha crecido en un 50,14% pasando de 36,7 a 55,1 millones de turistas. América latina presenta una cuota de mercado mundial del 5,6% para el año 2011, siendo la zona a la que más turistas arriban, América del Sur con el 2,7%, seguida por el Caribe con el 2,1% y América Central con el 0,8% de turistas mundiales.

América del Sur, presenta el mayor porcentaje de crecimiento en el mundo con un 10,3% y 10,4% en los años 2010 y 2011. Con lo cual se evidencia el buen momento por el que está pasando la región, a la vez que pone en relieve la necesidad del manejo responsable y adecuado de los recursos que permiten y permitirán que el sector turístico en la región continúe creciendo.

De igual manera, para el Ecuador el sector turístico está consolidándose como uno de los principales productos sobre el cual se sostienen la economía nacional. A continuación se analizará el estado del sector turístico en el Ecuador con sus principales características.

## ***El sector turístico ecuatoriano***

Los efectos económicos que tiene el turismo (tanto interno como externo) en el mundo son muy importantes para las economías. Estos se riegan por un sinnúmero de sectores por ser una industria multidisciplinar y de difícil delimitación. En los últimos 60 años ha tenido una dinámica de constante crecimiento y se prevé continúe con la misma tendencia.

El Ecuador ha seguido la dinámica de crecimiento mundial, aunque no en las proporciones ni en la evolución (en cuanto a calidad, oferta de servicios, entre otros) que han tenido otros países. Sin embargo, en la actualidad, el turismo en Ecuador figura como un sector en continuo crecimiento que aporta con recursos, genera empleo, incentiva la iniciativa empresarial, redistribuye la riqueza, entre muchos otros factores.

De igual manera, el sector turístico tiene un sin número de costos económicos, ambientales y sociales. Los mismos que deben ser cuantificados y evaluados para poder contrastarlos con los beneficios y así tener una visión global del sector.

En este capítulo se analizará al sector turístico ecuatoriano, su evolución, comportamiento y perspectivas futuras del mismo, como medio para entender el contexto en el que se encuentra el sector turístico en la ciudad de Quito y la relevancia que tiene éste en el consolidado nacional.

### **2.1 Evolución**

La evolución del turismo en el Ecuador está caracterizada por la intervención estatal y privada, las cuales son interdependientes entre sí. Si se sigue a la dinámica mundial, los inicios de la actividad turística en el país, comienzan a cimentarse en los años 30 con el gobierno de Isidro Ayora, en el cual se expidió la primera ley que fomenta el turismo en el país: se concedían exoneraciones tributarias a empresas relacionadas con el sector y se delegaba al Ministerio de Relaciones Exteriores la tarea de realizar promoción e información turística del país.

Con la llegada del gobierno del Gral. Alberto Enríquez Gallo, en 1938, se amplió la ley creada con anterioridad, al expedir una nueva Ley de Turismo, en la cual se creó una cédula turística, (documento válido para que ingresen turistas extranjeros al país). En cuanto a las exoneraciones tributarias, fueron ampliadas a más empresas y se creó la Dirección de turismo del Estado que dependía del Ministerio de Bienestar social y turismo.

En el ámbito privado, en el año de 1947, en la ciudad de Quito, se estableció la primera agencia de viajes del Ecuador: Ecuatorian Tours, empresa pionera del turismo que empezó a vender al Ecuador como un destino turístico a nivel mundial. Los primeros turistas comprendieron que el objetivo de las Agencias de Viajes no era solamente vender boletos aéreos, sino preocuparse de sus clientes y que sus viajes sean

placenteros y bien planificados con reservaciones de hoteles, excursiones, arrendamiento de automóviles, etc.

En ese mismo año (1947), American Express designó a Ecuadorian Tours su representante para Ecuador, hecho de mucha trascendencia para la compañía, porque fue la primera Agencia de Viajes que obtuvo tal distinción en América del Sur. Con esta relación, Ecuadorian Tours manejó en el país a los primeros turistas enviados por American Express, organizó *tours* para conocer Quito, Guayaquil y la gran mayoría de destinos turísticos que hoy en día están en auge.

En cuanto a la planta hotelera, por aquella época se abrieron los hoteles Cordillera, Magestic, Colón, Intercontinental y el Hotel Quito, principal atracción de la ciudad. Empero, Galápagos todavía no era destino turístico.

En el año de 1948, cuando estaba cursando el gobierno de Galo Plaza, se reformó la Ley; se permitió ingresar al país a cualquier ciudadano del continente Americano con solo presentar su cédula de identidad, la cédula de turismo estuvo, sin embargo, vigente para el resto del mundo.

Con el crecimiento de la inversión privada en el sector turístico, en 1953 se fundó Metropolitan Touring, con el fin de compartir los atractivos turísticos del Ecuador al mundo, su principal producto turístico fueron Las Islas Galápagos. Su tendencia era un turismo de protección estricta de los recursos naturales: el ecoturismo. En 1976, inició la operación del bosque tropical amazónico e instauró el turismo a la Reserva Faunística Cuyabeno, con la respectiva conservación y protección del medio ambiente.

Si bien es cierto que el turismo comenzaba a implantarse en las agendas de turno, el presupuesto asignado para dichos fines era muy limitado. En el gobierno de la Junta Militar, en el año de 1964, se creó por primera vez una entidad autónoma dedicada íntegramente al sector turístico del país, llamada “Ceturis”, a la cual se le asignó mayores recursos para su adecuada gestión. Esta institución impulsaría el avance de la infraestructura y promoción turística del Ecuador, con la conservación de las relaciones nacionales e internacionales con empresarios del sector, los cuales trajeron nuevas estrategias para su desarrollo.

En 1973, durante el gobierno de Guillermo Rodríguez Lara, el turismo pasó a una nueva etapa de crecimiento planificado gracias al Plan Integral de Transformación y Desarrollo del país para el quinquenio 1973-1977, este plan definió un Programa de Turismo con el que se buscaba dinamizar el crecimiento del turismo interno, a través del impulso al desarrollo de las zonas turísticas y el apoyo a la integración socioeconómica, cultural y física de todas las regiones del país. Uno de sus objetivos principales fue la preservación y conservación del patrimonio cultural del país, para esto se diseñó un plan de restauración turística y preservación arqueológica.

En los años 80, con la llegada del *boom* petrolero, se establece un sinnúmero de agencias de viajes y operadoras turísticas, las que ofrecían una mayor cantidad de servicios más especializados, con lo cual se

encendió la competencia. En este periodo, la hotelería tuvo un aumento significativo, que generó incluso una sobreoferta en Quito y Guayaquil.

En 1992, al inicio del gobierno de Sixto Durán Ballén, se creó el Ministerio de Información y Turismo. Frente al crecimiento del sector turístico, en junio de 1994, se tomó la decisión de separar al turismo de la información, para que se dedique exclusivamente a impulsar y fortalecer esta actividad. En este periodo también se estableció el ecoturismo como una opción renovada del turismo, se implementaron actividades más especializadas que se dirigían a diferentes segmentos y grupos sociales del mercado. A la par, se incorporaron grandes cadenas hoteleras en Quito y Guayaquil.

En la actualidad, el Ministerio de Turismo continúa, según la visión de la institución, como ente rector, el cual lidera la actividad turística en el Ecuador; desarrolla sostenible, consciente<sup>12</sup> y competitivamente el sector, ejerciendo sus roles de regulación, planificación, gestión, promoción, difusión y control.

## **2.2 Oferta Turística ecuatoriana**

El Ecuador es un país con un inmenso potencial turístico, en una extensión de 256.370 km<sup>2</sup>, alberga cuatro mundos: Las islas Galápagos y su diversidad única en el mundo; la Costa con sus playas; los Andes con sus montañas y valles; la Amazonía con su exuberancia y diversidad. Cuatro mundos a los cuales se puede acceder fácilmente por sus cortas distancias gracias a una infraestructura vial y aérea que lo posibilita.

Por un lado, el Ecuador ha sido ampliamente beneficiado por sus tesoros naturales e históricos, es preciso tomar en cuenta que es el país más mega diverso del mundo en cuanto a su extensión, ciudades como Quito y Cuenca son patrimonios culturales de la humanidad, además del galardón de patrimonios naturales de la humanidad para el Parque nacional Galápagos así como al Parque nacional Sangay y, como el de reserva de la biósfera, el parque nacional Yasuní, son algunos de los baluartes que tiene el Ecuador.

Así mismo, las ciudades portuarias como Guayaquil y Manta, han entrado en los últimos años en un proceso de renovación y modernización urbana que ofrece nuevos atractivos turísticos. Existe una amplia gama de ciudades intermedias que vinculan sus atractivos culturales con los naturales. Mientras que en la zona rural se puede apreciar la diversidad de modos de vida a pequeña escala con expresiones artísticas y culturales en las que predominan las culturas indígenas y afro ecuatorianas.

El Ecuador, además de su diversidad natural, posee una gran diversidad étnica. Según el Consejo de Desarrollo de las Nacionalidades y Pueblos Indígenas del Ecuador (CODENPE), en el territorio

---

<sup>12</sup> Según el Ministerio de Turismo del Ecuador, el turismo consciente conforma un concepto vivo, dinámico y en constante construcción que se sustenta en los principios de sostenibilidad y ética, promueve los valores de la paz, la amistad, el respeto y el amor a la vida, como esencia de la práctica turística. Constituye un pacto de convivencia, responsabilidad y respeto entre los visitantes, las comunidades anfitrionas y el patrimonio cultural y natural.



ecuatoriano conviven trece nacionalidades y catorce pueblos indígenas con su propia cosmovisión del mundo, conjuntamente con mestizos, blancos y afro ecuatorianos.

Las líneas de productos que ofrece el Ecuador, según el ministerio de turismo son:

**Tabla 10:** Líneas de productos turísticos ecuatorianos y sus variedades

<b>Circuitos generales</b>	Circuitos generales	<b>Ecoturismo y turismo de naturaleza</b>	Parques nacionales
<b>Sol y playa</b>	Sol y playa		Reservas y bosques privados
<b>Turismo comunitario</b>	Turismo comunitario		Ríos, lagos, lagunas y cascadas
<b>Turismo cultural</b>	Patrimonios naturales y culturales	<b>Turismo de deportes y aventura</b>	Observación de flora y fauna
	Mercados y artesanías		Deportes terrestres
	Gastronomía		Deportes fluviales
	Shamanismo		Deportes aéreos
	Fiestas populares	<b>Turismo de salud</b>	Deportes acuáticos
	Turismo religioso		Termalismo
	Turismo urbano		Medicina ancestral
	Turismo arqueológico	<b>Agroturismo</b>	SPA's
<b>Parques temáticos</b>	CAVE, científico, académico, voluntario y educativo	<b>Turismo de convenciones y congresos</b>	Haciendas, fincas y plantaciones
	Haciendas históricas		Reuniones, incentivos, conferencias, exposiciones y ferias
		<b>Turismo de cruceros</b>	Cruceros

**Fuente y elaboración:** Ministerio de turismo del Ecuador (2009) *Plan estratégico de desarrollo de turismo sostenible para Ecuador, Plandetur 2020*

De estos productos que oferta turísticamente el Ecuador, según estudios realizados por el Ministerio de Turismo, el ecoturismo y el turismo de naturaleza junto con el turismo cultural, de deportes y aventura, figuran como los pilares turísticos que atraen a los turistas nacionales e internacionales, como ejemplo de aquello tenemos, por nombrar unos cuantos:

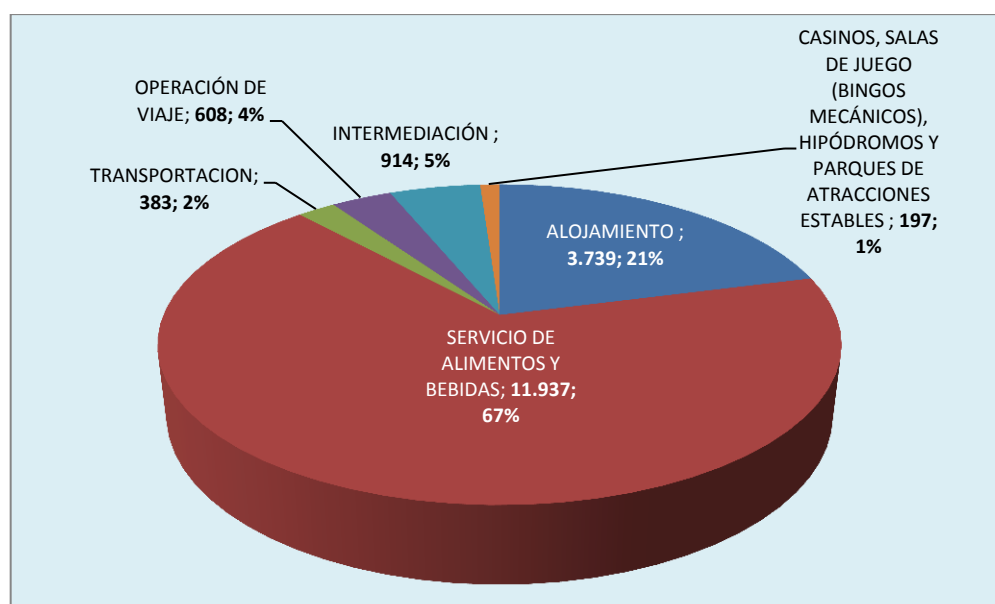
- Las Islas Galápagos.
- Quito, Patrimonio de la Humanidad.
- Cuenca, Ciudad Patrimonio de la Humanidad.
- Parque Nacional Yasuní, Reserva Internacional de Biósfera
- Reserva de Producción Faunística Cuyabeno, la Amazonía Lacustre.
- Parque Nacional Sangay, Patrimonio Natural de la Humanidad.
- Otavalo y su mercado indígena.
- Parque Nacional Cotopaxi.

Estos y muchos otros atractivos turísticos ecuatorianos lo vinculan inevitablemente con el desarrollo de un turismo medio ambiental y sostenible que fundamentalmente debe tener una buena relación con su entorno natural, histórico y social para la preservación y continuidad futura de la actividad.

## 2.3 Infraestructura Turística

Para el año 2010 en el Ecuador se registraron un total de 17.778 establecimientos turísticos registrados en el Ministerio de Turismo. De los cuales el sector de alimentación y bebidas contribuye con 11.937 locales, es decir un 67% del total. Le sigue el sector de alojamiento con 3.739 establecimientos 21%, junto con la intermediación, operación de viajes y transportación con el 5%, 4% y 2% respectivamente. Cabe recalcar que se contabilizan únicamente los establecimientos registrados en el ministerio de turismo. En el mercado como tal, existen muchos negocios que aún no se han registrado en el ministerio por distintas razones. Por lo que los efectos económicos de la actividad son aún más amplios.

**Gráfico 17:** Establecimientos turísticos registrados en el ministerio de turismo año 2010

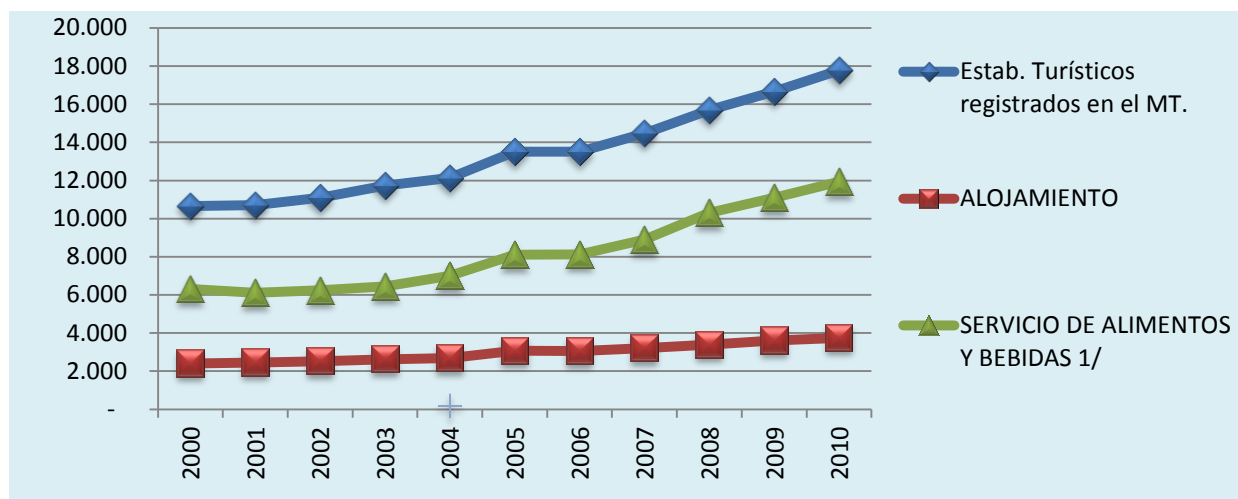


**Fuente:** Catastros de Establecimientos Turísticos 2011 - Ministerio de Turismo

**Elaboración:** Eduardo Guerrero

El sector de alimentos y bebidas ha pasado de 6 313 establecimientos en 2000, a 11 937 en el 2010, lo que revela un crecimiento del 89,09% en la última década. En el sector de alojamiento se encuentran los alojamientos hoteleros y extra hoteleros, pasó de 2 395 establecimientos en 2000, a 3 739 en 2010; creció en un 56,12%.

**Gráfico 18:** Evolución de los establecimientos turísticos (Alojamiento y Alimentación) en Ecuador

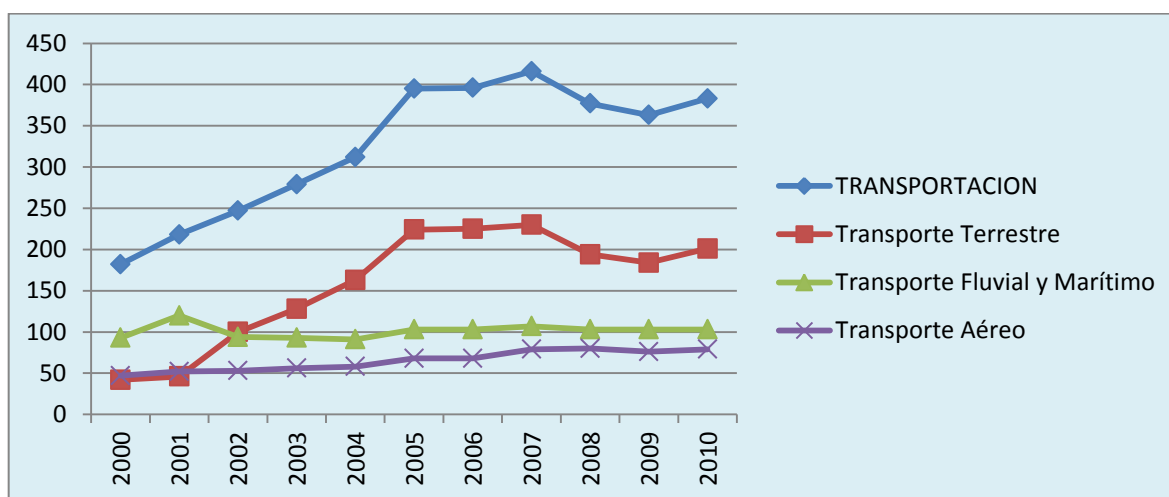


**Fuente:** Catastros de Establecimientos Turísticos 2011 - Ministerio de Turismo

**Elaboración:** Eduardo Guerrero

De igual manera, el sector de transportes ha experimentado un considerable crecimiento; de 182 empresas de transporte para 2000, pasó a 383 en 2010, con lo cual creció en un 110,44%. Dentro del sector se encuentran los sub sectores de transporte terrestre, fluvial y marítimo y aéreo, de los cuales el transporte terrestre ha sido el que ha crecido más sostenidamente

**Gráfico 19:** Evolución de los establecimientos turísticos (transporte) en el Ecuador



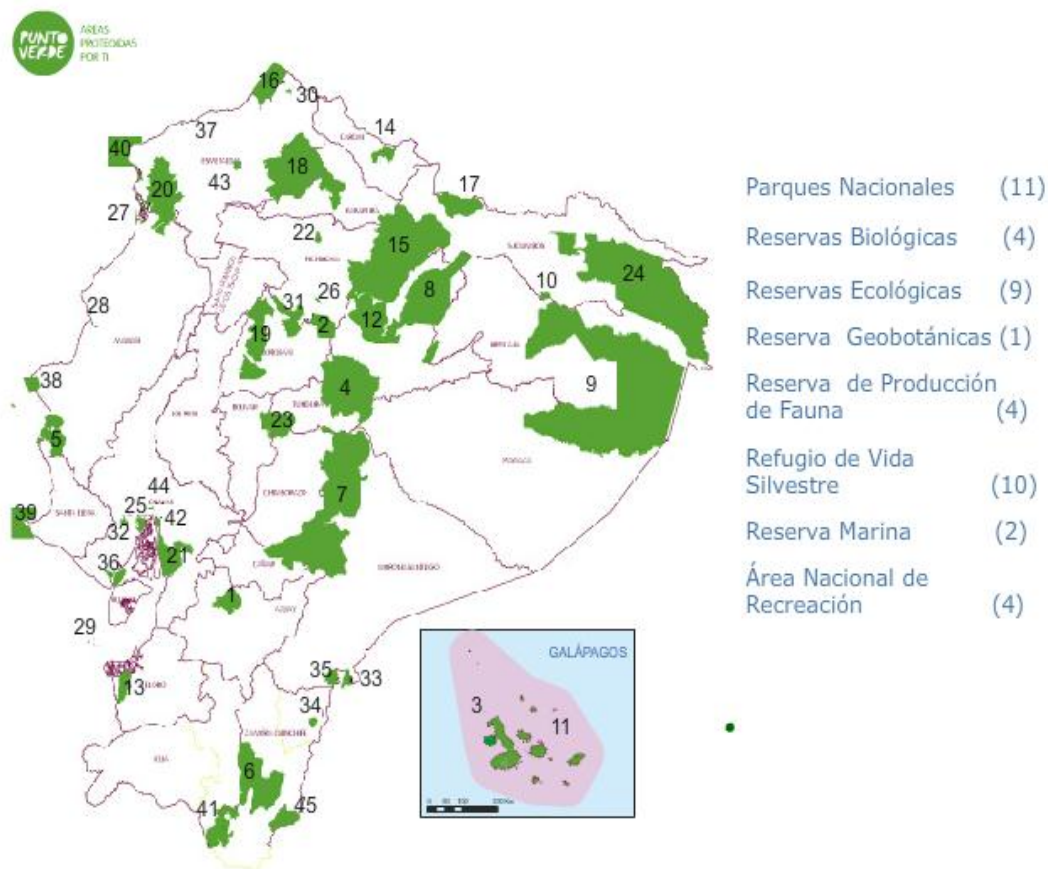
**Fuente:** Catastros de Establecimientos Turísticos 2011 - Ministerio de Turismo

**Elaboración:** Eduardo Guerrero

## 2.4 Turismo y conservación del Medio Ambiente

El Ecuador cuenta con un total de 45 áreas protegidas por el estado, las mismas que están unificadas en el Sistema Nacional de Áreas Protegidas (SNAP), que cubren un 18,5% del territorio nacional<sup>13</sup>. Desde la declaración de las Islas Galápagos como área protegida en 1959, se han sumado varios lugares que por su diversidad natural deben ser protegidos de la creciente población humana y el consecuente uso de recursos de la misma.

**Gráfico 20:** Áreas protegidas en el Ecuador



**Fuente y elaboración:** Ministerio de ambiente del Ecuador, año 2012.

<http://www.ambiente.gob.ec/?q=node/59>

Sin embargo, a pesar de contar con las 45 áreas protegidas, existen serios problemas ambientales como la contaminación de ríos, la tala indiscriminada de bosques, el tráfico de animales silvestres, la inexistencia de acciones para el reciclaje de desechos, derrames de petróleo asociados a negligencia y falta de control y regulación, sobre explotación de recursos y entornos naturales, entre otros.

<sup>13</sup> Para conocer detalles acerca de las áreas protegidas en Ecuador, revisar el anexo a.

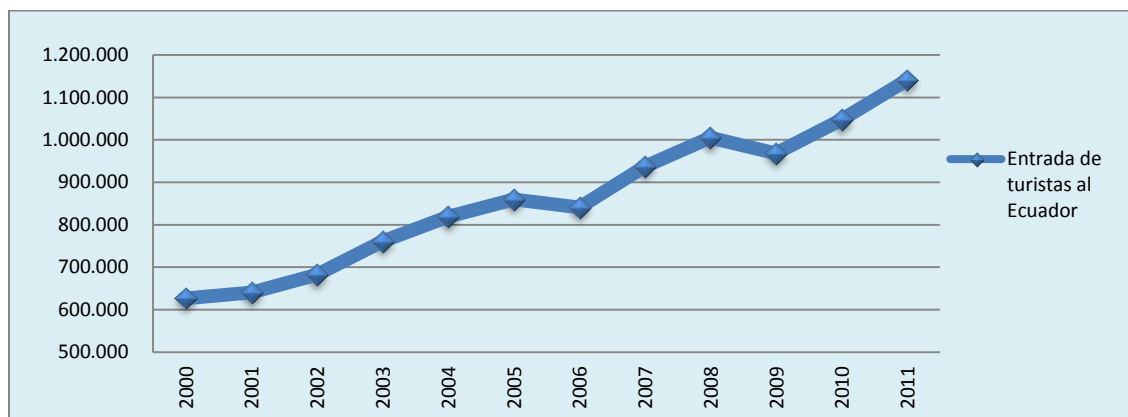
Con lo cual se observa que, si bien es cierto, en el Ecuador existe un 18,5% de su territorio protegido, se deben redoblar esfuerzos para la conservación del medio ambiente, a través de la regulación estatal junto con la participación activa de la empresa privada y la sociedad en su conjunto.

## 2.5 Turismo receptor y emisor

### 2.5.1 Turismo receptor

La llegada de turistas al Ecuador ha tenido altas tasas de crecimiento en la última década. Ha pasado de 627 090 turistas en el año 2000 a 1 140 978 en el año 2011, lo cual muestra un crecimiento del 85,95% en 11 años y un crecimiento promedio anual del 6,99% para el mismo periodo. De este modo, este se instaure como uno de los sectores de mayor dinamismo en la economía nacional.

**Gráfico 21:** Entrada de turistas al Ecuador periodo 2000 - 2011



**Fuente:** Anuarios de Migración Internacional – Dirección nacional de migración

**Elaboración:** Eduardo Guerrero

**Tabla 11:** Crecimiento anual en la llegada de turistas al Ecuador

	2000	2001	2002	2003	2004
<b>Turistas extranjeros</b>	627.090	640.561	682.962	760.776	818.927
<b>Crecimiento anual</b>	21,14%	2,15%	6,62%	11,39%	7,64%

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
<b>Turistas extranjeros</b>	859.888	840.555	937.487	1.005.297	968.499	1.047.098	1.140.978
<b>Crecimiento anual</b>	5,00%	-2,25%	11,53%	7,23%	-3,66%	8,12%	8,97%

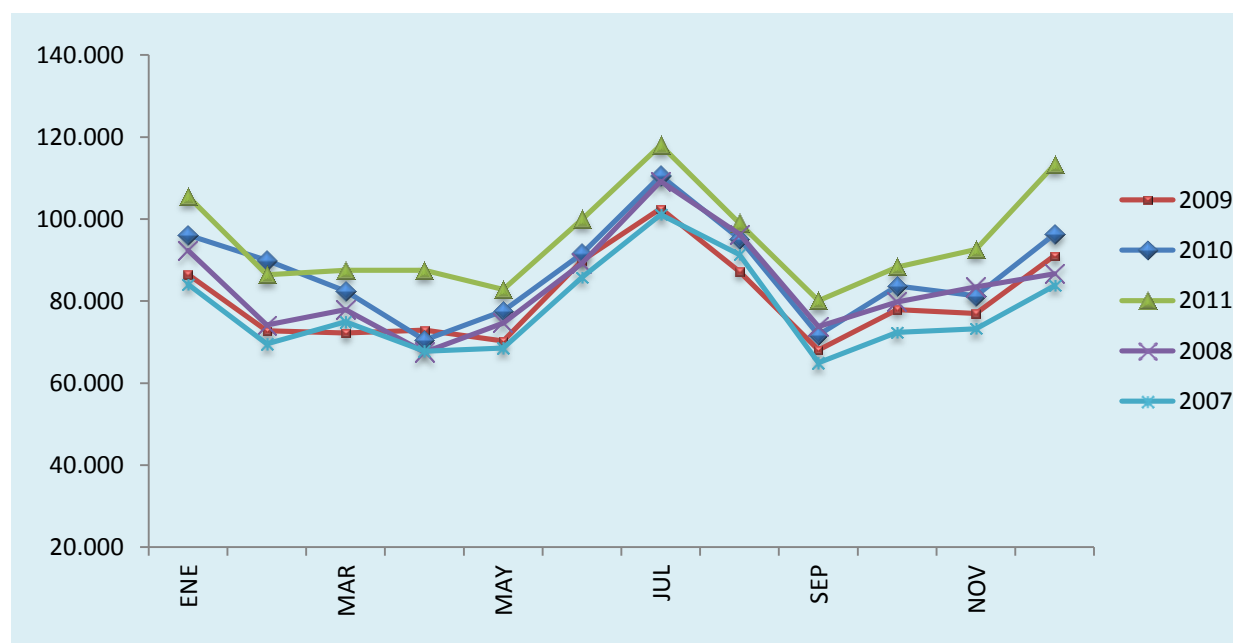
**Fuente:** Anuarios de Migración Internacional – Dirección nacional de migración

**Elaboración:** Eduardo Guerrero.

El factor económico es uno de los principales determinante de la demanda, así, para el turista potencial, la disponibilidad de un nivel suficiente de renta real determinará la capacidad que este tenga para la realización de viajes de ocio y turismo (Lickorish y Jenkins: 2000). En este sentido, el sector turístico es sensible a los ciclos económicos y, como lo demuestran las cifras para el Ecuador, en la última década, con excepción de los años 2006 y 2009, las tasas de crecimiento han sido altas.

**Estacionalidad de la demanda:** La estacionalidad de la demanda ha variado en cantidad pero no en su tendencia. Los meses que registraron mayores entradas de turistas fueron los de enero, julio y diciembre, con un 9,25%, 10,34%, y 9,93% del total respectivamente, con entradas entre los 105 541 y los 117 997 turistas para el año 2011.

**Gráfico 22:** Estacionalidad de la demanda turística, Ecuador años 2007-2011



**Fuente:** Ministerio de Turismo del Ecuador, Dirección nacional de migración

**Elaboración:** Eduardo Guerrero.

La tendencia muestra como trimestres importantes a los meses entre junio-agosto y noviembre-enero. Sin embargo, durante todo el año existe un considerable ingreso de turistas, no obstante, el mes que menos recibe turistas, es el de septiembre, con 80 083 turistas para el año 2011.

**Principales países emisores de turistas al Ecuador:** el Ecuador tiene una demanda bastante concentrada (Véase la Tabla 12), los 10 principales mercados emisores tienen una participación del 78,78% para el año 2011. De estos, cabe señalar que Colombia se ha consolidado como el principal mercado emisor de turistas al Ecuador, si se considera que en el año 2011 se incrementaron sus visitas

en un 30,23%. De igual manera, se encuentran crecimientos muy significativos en Argentina, Venezuela y Chile, en alrededor del 22%.

**Tabla 12:** Principales mercados emisores de turistas al Ecuador

<b>Arribos 2010 - 2011</b>					
<b>MERCADOS EMISORES</b>	<b>2010</b>	<b>% Participación</b>	<b>2011</b>	<b>% Participación</b>	<b>Var% 2011/2010</b>
Colombia	203.916	19,47%	265.563	23,28%	30,23
Estados Unidos	249.081	23,79%	241.590	21,17%	-3,01
Perú	154.216	14,73%	144.968	12,71%	-6,00
España	59.030	5,64%	60.664	5,32%	2,77
Argentina	31.558	3,01%	38.246	3,35%	21,19
Venezuela	30.653	2,93%	37.456	3,28%	22,19
Chile	28.478	2,72%	34.854	3,05%	22,39
Alemania	25.011	2,39%	26.662	2,34%	6,60
Canadá	23.867	2,28%	24.832	2,18%	4,04
Cuba	27.001	2,58%	24.061	2,11%	-10,89
<b>TOTAL ARRIVOS</b>	<b>1.047.098</b>	<b>79,54%</b>	<b>1.140.978</b>	<b>78,78%</b>	

**Fuente:** Ministerio de Turismo del Ecuador, Dirección nacional de migración

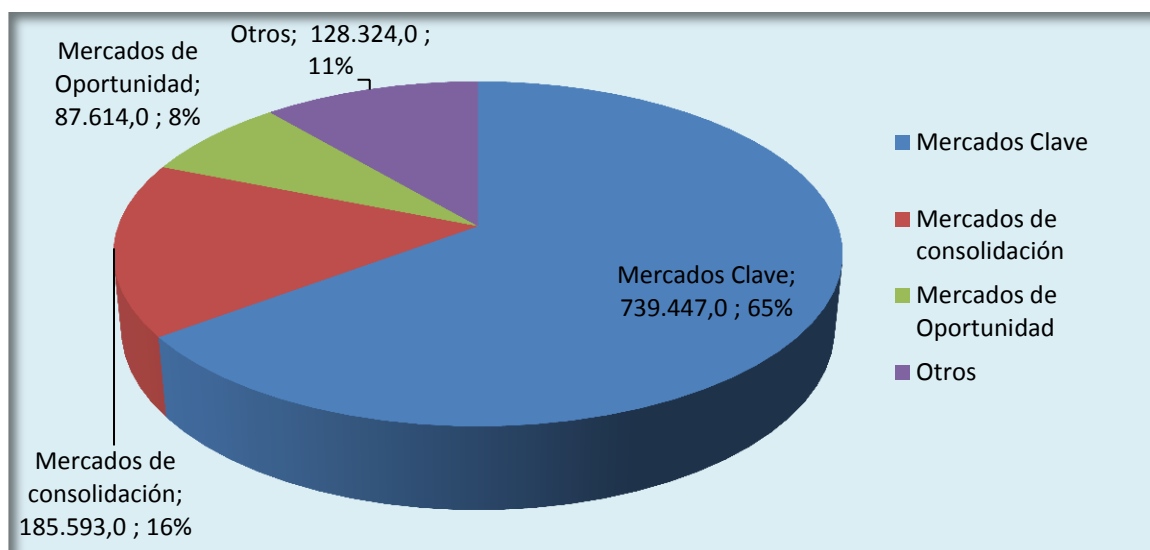
**Elaboración:** Eduardo Guerrero.

El ministerio de turismo ha dividido estratégicamente los principales países emisores; los ha agrupado de acuerdo a su importancia en cuanto a cantidad de turistas como ingreso de divisas en: mercados clave, mercados de consolidación y mercados de oportunidad<sup>14</sup> (Véase el gráfico 23).

Se aprecia que los mercados clave tienen una cuota de mercado de casi el 65%, los de consolidación el 16%, los de oportunidad el 8% y otros mercados emisores el 11%. Con lo cual se evidencia la importancia de invertir en los mercados clave, así como incrementar la participación de los mercados de consolidación y oportunidad para diversificar el mercado y disminuir la vulnerabilidad ante posibles crisis.

<sup>14</sup> La división corresponde al Plan de Marketing Turístico 2014 del Ministerio de Turismo del Ecuador, en el cual se pretende priorizar la inversión en publicidad según la importancia que tenga un determinado país emisor de turistas al Ecuador en el turismo nacional.

**Gráfico 23:** Participación de los mercados emisores, por priorización, año 2011



**Fuente:** Ministerio de Turismo del Ecuador, Dirección nacional de migración

**Elaboración:** Eduardo Guerrero

Sus características son las siguientes:

a) **Mercados clave:** mercados que aportan mayor valor añadido a la actividad turística del país, con el 64,81% del total de visitas. Como grupo han crecido en el año 2011 en un 6,97%, con respecto al 2010, y los conforma Colombia, Estados Unidos, Perú, España y Alemania. En este sentido, son los que mayor volumen aportan al sector turístico de Ecuador en cuanto a llegadas de turistas.

**Tabla 13:** Llegada de turistas, mercados emisores clave años 2010, 2011

	País	2010	%	2011	%	Variación	
Mercados Clave	EEUU	249.081	23,79%	241.590	21,17%	-7.491	-3,01%
	Colombia	203.916	19,47%	265.563	23,28%	61.647	30,23%
	Perú	154.216	14,73%	144.968	12,71%	-9.248	-6,00%
	España	59.030	5,64%	60.664	5,32%	1.634	2,77%
	Alemania	25.011	2,39%	26.662	2,34%	1.651	6,60%
	<b>TOTAL</b>	<b>691.254,0</b>	<b>66,02%</b>	<b>739.447,0</b>	<b>64,81%</b>	<b>48.193</b>	<b>6,97%</b>
<b>TOTAL 2010</b>		1.047.098,0	<b>TOTAL 2011</b>		1.140.978,0		

**Fuente:** Ministerio de Turismo del Ecuador, Dirección nacional de migración

**Elaboración:** Eduardo Guerrero.



La estrategia de marketing deberá estar primordialmente enfocada a estos países; son mercados en los que ya se está presente con un peso importante y que representan un volumen importante de la estructura de la demanda turística internacional de Ecuador, por tanto, es necesario realizar un mayor esfuerzo de inversión para su consolidación y mantenimiento.

Como se lo ha demostrado, la cercanía geográfica es un factor muy relevante en la estructura y proporciones de la demanda en un país, por tal razón, países vecinos como Colombia y Perú son muy representativos en la estructura total de la demanda turística ecuatoriana.

En la actualidad, Colombia se ha consolidado como el principal país emisor con altas tasas de crecimiento. A la par, Estados Unidos históricamente ha figurado como uno de los emisores de turistas más importante. España y Alemania son los países europeos que constan en esta lista, pues aportan significativamente con un nivel de gasto elevado.

**b) Mercados de consolidación:** son mercados que, aunque importantes para el país, no aportan el valor de los mercados clave. Contribuyen con un 16,27% del total de llegadas de turistas al Ecuador. Como grupo, han crecido en el año 2011 en un 9,96% con respecto al 2010 y está representado por Reino Unido, Canadá, Francia, Argentina, Italia, Brasil, Chile y Holanda.

**Tabla 14:** Llegada de Turistas, mercados emisores de consolidación años 2010, 2011

	País	2010	%	2011	%	Variación	
<b>Mercados de Consolidación</b>	Reino Unido	24.995,0	<b>2,39%</b>	25.380,0	<b>2,22%</b>	385,0	<b>1,54%</b>
	Canadá	23.867,0	<b>2,28%</b>	24.832,0	<b>2,18%</b>	965,0	<b>4,04%</b>
	Francia	20.272,0	<b>1,94%</b>	20.426,0	<b>1,79%</b>	154,0	<b>0,76%</b>
	Argentina	30.653,0	<b>2,93%</b>	37.456,0	<b>3,28%</b>	6.803,0	<b>22,19%</b>
	Italia	15.076,0	<b>1,44%</b>	14.640,0	<b>1,28%</b>	-436,0	<b>-2,89%</b>
	Brasil	15.083,0	<b>1,44%</b>	17.539,0	<b>1,54%</b>	2.456,0	<b>16,28%</b>
	Chile	28.478,0	<b>2,72%</b>	34.854,0	<b>3,05%</b>	6.376,0	<b>22,39%</b>
	Holanda	10.354,0	<b>0,99%</b>	10.466,0	<b>0,92%</b>	112,0	<b>1,08%</b>
	<b>TOTAL</b>	<b>168.778,0</b>	<b>16,12%</b>	<b>185.593,0</b>	<b>16,27%</b>	<b>16.815</b>	<b>9,96%</b>
<b>TOTAL 2010</b>		1.047.098,0	<b>TOTAL 2011</b>	1.140.978,0			

**Fuente:** Ministerio de Turismo del Ecuador, Dirección nacional de migración

**Elaboración:** Eduardo Guerrero.

Las cifras de volumen de llegadas y gasto tienen potencial de ser relevantes para el país, aunque no al nivel de los mercados clave. Por ello, la inversión en marketing debe ser, de la misma manera, importante, aunque inferior a la de los anteriores. Son estratégicos porque permiten diversificar la demanda, protegerse en caso de crisis coyunturales y ser más fuertes turísticamente.

En este grupo es muy relevante el gran crecimiento en llegadas que está teniendo Argentina, Chile y Brasil, con tasas del 22,19% 22,39% y 16,28% respectivamente entre al año 2010 y 2011. A demás de la contribución considerable de Reino Unido, Canadá y Francia que, pese a su distancia con el país, tienen una presencia relevante.

**c) Mercados de oportunidad:** son mercados que no aportan un gran volumen en relación a los anteriores, pero son de interés para el país por ser mercados con potencial. Para el año 2011, contribuyeron con el 7,68% del total de visitas, crecieron en conjunto un 20,24% con respecto al 2010. Crecimiento muy importante pues contribuye con la diversificación de la demanda. Aquí se encuentran: Venezuela, México, Panamá, Austria, Suiza, Bélgica y Costa Rica.

La inversión de marketing en estos mercados debe ser puntual, orientada a un público específico y con un propósito muy claro.

**Tabla 15:** Llegada de turistas, mercados emisores de oportunidad años 2010, 2011

	País	2010	%	2011	%	Variación	
<b>Mercados de Oportunidad</b>	Venezuela	31.558,0	<b>3,01%</b>	38.246,0	<b>3,35%</b>	6.688,0	<b>21,19%</b>
	México	15.757,0	<b>1,50%</b>	18.278,0	<b>1,60%</b>	2.521,0	<b>16,00%</b>
	Panamá	4.640,0	<b>0,44%</b>	8.889,0	<b>0,78%</b>	4.249,0	<b>91,57%</b>
	Austria	2.522,0	<b>0,24%</b>	2.787,0	<b>0,24%</b>	265,0	<b>10,51%</b>
	Suiza	8.884,0	<b>0,85%</b>	9.452,0	<b>0,83%</b>	568,0	<b>6,39%</b>
	Bélgica	4.945,0	<b>0,47%</b>	5.129,0	<b>0,45%</b>	184,0	<b>3,72%</b>
	Costa Rica	4.560,0	<b>0,44%</b>	4.833,0	<b>0,42%</b>	273,0	<b>5,99%</b>
	<b>TOTAL</b>	<b>72.866,0</b>	<b>6,96%</b>	<b>87.614,0</b>	<b>7,68%</b>	<b>14.748</b>	<b>20,24%</b>
<b>TOTAL 2010</b>		1.047.098,0	<b>TOTAL 2011</b>		1.140.978,0		

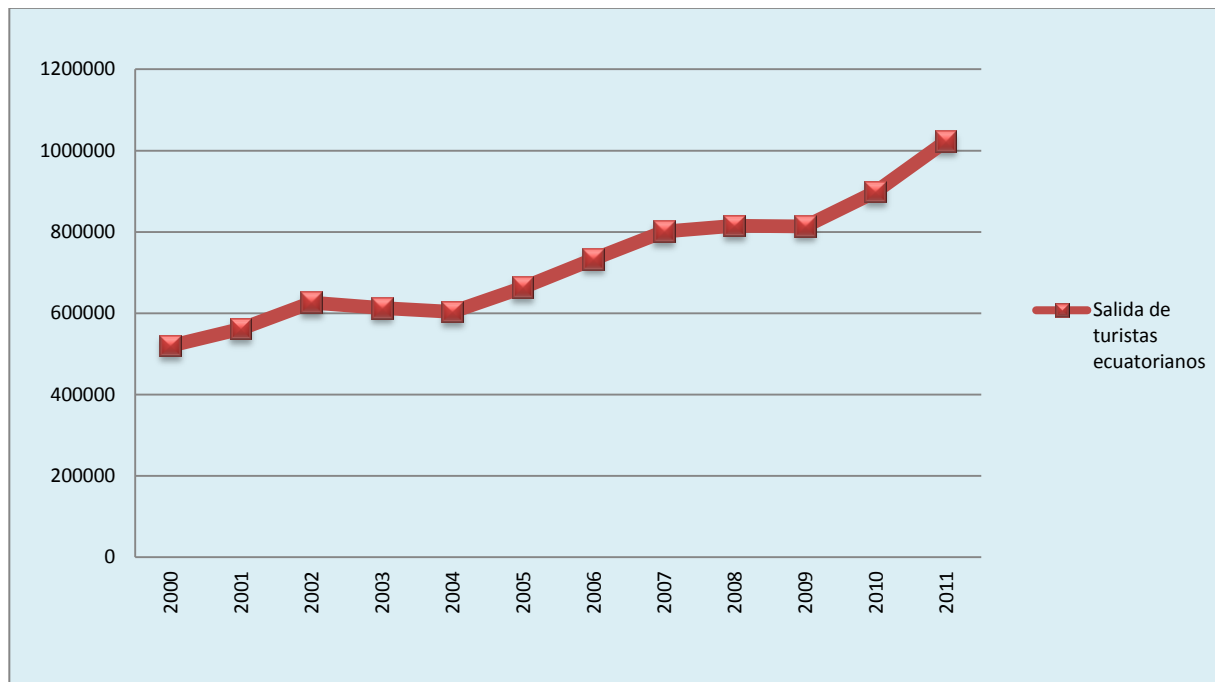
**Fuente:** Ministerio de Turismo del Ecuador, Dirección nacional de migración

**Elaboración:** Eduardo Guerrero

## 2.5.2 Turismo emisor

La salida de ecuatorianos con motivos turísticos también ha tenido una dinámica de crecimiento constante (Véase el gráfico 24). Ha pasado de 519.974 de turistas ecuatorianos para el año 2000 a 1.023.027 en el año 2011, lo que muestra un crecimiento del 96,75% en estos 11 años y evidencia un crecimiento incluso superior a la llegada de turistas sobre todo en los últimos años que el poder adquisitivo ha crecido.

**Gráfico 24:** Salida de turistas ecuatorianos, periodo 2000 – 2011



**Fuente:** Ministerio de Turismo del Ecuador, Dirección nacional de migración

**Elaboración:** Eduardo Guerrero

Los determinantes dependerán, por el lado económico, principalmente del desenvolvimiento de la economía nacional que, al ser inherente a un mundo globalizado, estará anclada a los ciclos económicos internacionales. Las y los turistas ecuatorianos dependerán de estos factores para disponer o no de recursos para destinarlos al ocio y al turismo.

Como se puede apreciar en la tabla 16, dentro de los principales destinos turísticos de los ecuatorianos, figuran principalmente países americanos con un 75%, muchos de estos, presentan precios comparativamente inferiores a los que tiene el país. A estos se suma España e Italia con un 14% , que puede ser explicado por lo el vínculo migratorio que existe con dichos países.

Históricamente, Estados Unidos ha sido el principal destino turístico; ocupa un 35,10% del total de viajes, lo que muestra su potente atractivo en términos turísticos a pesar de su distancia. A este le sigue Perú, España y Colombia con lo cual se suma un 72,34% concentrado en estos 4 países.

**Tabla 16:** Principales destinos turísticos para turistas ecuatorianos, año 2011

#	País	2011	%	% Acumulado
1	Estados Unidos	359.086	35,10%	35,10%
2	Perú	166.948	16,32%	51,42%
3	España	112.527	11,00%	62,42%
4	Colombia	101.452	9,92%	72,34%
5	Panamá	50.583	4,94%	77,28%
6	Argentina	30.500	2,98%	80,26%
7	Italia	27.821	2,72%	82,98%
8	Chile	25.096	2,45%	85,43%
9	México	20.342	1,99%	87,42%
10	Rep. Dominicana	17.625	1,72%	89,15%
11	Otros	111.047	10,85%	100,00%
TOTAL		1.023.027	100,00%	

**Fuente:** Ministerio de Turismo del Ecuador, Dirección nacional de migración

**Elaboración:** Eduardo Guerrero

## 2.7 Ingresos, egresos y balanza turística<sup>15</sup>

Los ingresos, que nos muestra la entrada de divisas por el turismo receptor han tenido un considerable crecimiento, correlacionado con el crecimiento en la entrada de turistas al país. Ha pasado de 402 millones de dólares en el año 2000 a 786,60 en el 2010, casi se han duplicado los ingresos turísticos en una década (95,67%).

Los egresos han tenido un crecimiento aun más grande, mostrando un crecimiento en 10 años del 188,46%; para el año 2010 en un total de 862,50 millones de dólares.

A partir del año 2004, se tiene un saldo negativo en la balanza turística, producto de una tendencia creciente superior de los egresos con relación a los ingresos. El saldo más negativo se lo tiene en el 2006: 214 millones. A partir de entonces los saldos negativos en la balanza se han reducido sin llegar a tener superávit hasta el 2010.

En el año 2009 se pone en evidencia que la crisis mundial golpeó proporcionalmente más a Estados Unidos y Europa que al Ecuador, pues se redujeron las entradas en un 3,69% y los ingresos en un 9,53% con lo que disminuyeron las entradas y el gasto medio por visitante. Las salidas caen en apenas un 0,19% y, sin embargo, los gastos crecieron en un 2,12%, con lo que se muestra que el gasto medio de los turistas ecuatorianos creció a pesar de la crisis. Esto provocó un saldo negativo en la balanza turística de 131,90 millones de dólares (véase la tabla 17).

<sup>15</sup> Los ingresos y egresos se registran a través de la cuenta viajes y transporte, ubicados en la cuenta corriente de la balanza de pagos en la cuenta de servicios.

**Tabla 17:** Balanza Turística Ecuador, años 2000 - 2010

<b>Años</b>	<b>Ingresos</b>	<b>% Crec.</b>	<b>Egresos</b>	<b>% Crec.</b>	<b>Saldo</b>
<b>2000</b>	402,00	17,20%	299,00	10,33%	103,00
<b>2001</b>	430,00	6,97%	340,00	13,71%	90,00
<b>2002</b>	447,20	4,00%	363,90	7,03%	83,30
<b>2003</b>	406,30	-9,15%	354,40	-2,61%	51,90
<b>2004</b>	464,30	14,28%	576,90	62,78%	-112,60
<b>2005</b>	487,70	5,04%	616,40	6,85%	-128,70
<b>2006</b>	492,20	0,92%	706,20	14,57%	-214,00
<b>2007</b>	626,20	27,22%	773,50	9,53%	-147,30
<b>2008</b>	745,20	19,00%	789,40	2,06%	-44,20
<b>2009</b>	674,20	-9,53%	806,10	2,12%	-131,90
<b>2010</b>	786,60	16,67%	862,50	7,00%	-75,90
<b>Crecimiento (10 años)</b>		<b>95,67%</b>		<b>188,46%</b>	

**Fuente:** Boletines estadísticos, Ministerio de Turismo

**Elaboración:** Eduardo Guerrero

## 2.8 Turismo interno

El turismo interno se vio favorecido en su desarrollo por factores como la creciente utilización del automóvil y demás medios de transporte, que mejoraron las posibilidades de movilidad personal y colectiva dentro del propio país. Por otra parte, las continuas mejoras que se estaban produciendo en el nivel de vida de los ciudadanos de los países más desarrollados permitieron dedicar un mayor tiempo libre a nuevas formas de ocio, así como también invertir en las infraestructuras básicas de las ciudades con el objeto de mejorar los desplazamientos y el acceso a una mayor información.

Económicamente, el turismo nacional podría considerarse como una exportación, pero entre distintas regiones de un mismo país. A pesar que se entiende en su mayoría al turismo con largos y costosos viajes, contribuye enormemente al sector turístico.

Según la Encuesta de Turismo Interno (junio 2002-julio 2003) realizada por el MINTUR, el volumen del turismo interno en Ecuador alcanza casi los diez millones de visitantes, de los cuales 3 504 131 (36%) son excursionistas y 6 354 341 (64%) son turistas con al menos una pernoctación fuera de su residencia habitual.

Las cifras muestran que el sector turístico en el Ecuador es un componente muy importante para la generación de ingresos, empleo y producción, con lo cual se ha tenido notables implicaciones en diversos sectores de alimentación, alojamiento, transporte, recaudación de impuestos entre otros, por

tal motivo es necesario desarrollar íntegramente el sector para diversificar la fuente de ingresos que dispone el país.

Pese al incremento registrado tanto en turistas como en ingresos de divisas, el Ecuador no está posicionado como un destino turístico en la visión de las y los turistas mundiales. Para el año 2010 se ubicó en el puesto número 14 de 19 en cuanto a llegada de turistas en América Latina, con una cuota de mercado del 2,7%. Esta situación puede ser contrastada con países como Costa Rica, el cual teniendo una extensión 5 veces menor a el Ecuador (51.100 km<sup>2</sup>), recibió en el 2010 a 2 100 000 turistas, lo que representaría el doble de los que visitaron el Ecuador, o se puede analizar a Uruguay (176.215 km<sup>2</sup>) el cual para en el año 2010 recibió 2 352 000 turistas, comparativamente hablando, el Ecuador se encuentra en los últimos puestos del ranking turístico mundial a pesar de sus extraordinarios encantos.

Competitivamente, el Ecuador tiene muchas deficiencias que deben ser analizadas. Esto pone en evidencia que las ventajas comparativas no son suficientes para posicionar a un destino turístico en la mente de los y las turistas mundiales.

A continuación la investigación se enfocará en el sector turístico de la ciudad de Quito, con lo cual se podrá cumplir con los objetivos propuestos.

## ***Competitividad y sostenibilidad del sector turístico de Quito***

El sector turístico en el Ecuador tiene una importancia relevante por la cantidad de recursos que de este provienen y por su potencial, ante lo que se toma en cuenta la cantidad de atractivos históricos y naturales que posee.

La ciudad de Quito, en términos turísticos, es muy importante para el país; constituye uno de sus principales focos de atracción y figura como el principal punto de partida hacia otros destinos turísticos del país, ya que es la ciudad por la que ingresa la mayor cantidad de turistas extranjeros. Para el año 2011, de los 485.864 turistas que ingresaron al país, el 42,58% llegó primeramente a Quito, le sigue Guayaquil con el 26,42%.

**Tabla 18:** Principales puertos de entrada de turistas al Ecuador, año 2010-2011

Provincia	2010	%	2011	%
Pichincha	461.484	44,07%	485.864	<b>42,58%</b>
Guayas	282.035	26,93%	301.398	<b>26,42%</b>
Carchi	120.234	11,48%	167.610	<b>14,69%</b>
El Oro	150.116	14,34%	147.724	<b>12,95%</b>
Loja	14.894	1,42%	14.503	<b>1,27%</b>
Otras	18.335	1,75%	23.879	<b>2,09%</b>
Total	<b>1.047.098</b>	<b>100%</b>	<b>1.140.978</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Ministerio de Turismo Ecuador

**Elaboración:** Eduardo Guerrero

El volumen de entradas proviene para Pichincha del aeropuerto Mariscal Sucre y se predice que con la construcción del nuevo aeropuerto de Tababela, el dinamismo económico en general crezca.

En cuanto al turismo emisor, igualmente, de Quito sale una gran cantidad de turistas ecuatorianos al mundo: el 40,17% del total de turistas, superado en el 2011 por Guayaquil con el 44,86% (Véase la Tabla 19).

Como se puede apreciar, el análisis del sector turístico en la ciudad de Quito es de vital importancia para el turismo del Ecuador, por el peso que tiene la ciudad en el mismo, así como por la diversidad que presenta.

**Tabla 19:** Salida de ecuatorianos al extranjero por motivos turísticos

Provincia	2010	%	2011	%
Pichincha	389.129	43,29%	410.936	40,17%
Guayas	372.557	41,45%	458.967	44,86%
Carchi	20.972	2,33%	25.518	2,49%
El Oro	90.984	10,12%	98.389	9,62%
Loja	18.882	2,10%	22.192	2,17%
Otras	6.361	0,71%	7.025	0,69%
Total	898.885	100%	1.023.027	100%

**Fuente:** Ministerio de Turismo Ecuador

**Elaboración:** Eduardo Guerrero

Se analizará la competitividad del sector turístico en la ciudad de Quito y su sostenibilidad en el tiempo tomando de soporte teórico el siguiente modelo.

- Modelo integrado de competitividad de un destino turístico de Dwyer & Kim (2003)

A este se sumará planteamientos para el manejo de la sostenibilidad turística de un destino, tal como se aprecia en el marco teórico del presente trabajo, el modelo de competitividad y sostenibilidad caminarán junto con la teoría económica, sobre la cual se sustenta la caracterización de la oferta y demanda, efectos económicos, entre otros.

Como primer paso, se conocerán las características generales de la ciudad, para luego abordar los determinantes de la competitividad y sostenibilidad turística de la ciudad en función de el modelo propuesto

### 3.1 Características generales de Quito

Oficialmente llamada San Francisco de Quito, es la capital de la República del Ecuador. La ciudad de Quito, como Distrito Metropolitano, está dividida en 32 parroquias urbanas y 33 rurales (Véase el Gráfico 25). Para el año 2010 registró una población de 2 239 191 habitantes en 4.183 km.

Según el censo nacional de población y vivienda, realizado en el 2010 por el INEC, el 82,8% del cantón se consideran mestizos, 6,7% blancos, 4,1% indígenas, 4,7% afroecuatorianos y 1,4% montubios.

Cuenta con una importante infraestructura de servicios y con sectores económicos dinámicos y diversificados. Como núcleo de producción industrial, de servicios financieros y empresariales, se ha convertido en el principal polo de desarrollo industrial andino del Ecuador.



**División parroquial del Distrito Metropolitano de Quito**

- Parroquias urbanas
- Profongación de parroquias urbanas en zonas de protección ecológica
- Parroquias suburbanas y rurales

0 6000 m

Según el modelo para la competitividad de un destino turístico de Dwyer y Kim (2003), los pilares de la competitividad y sostenibilidad son:

- Se comenzará con el análisis de Los Recursos que posee la ciudad de Quito, para continuar con El Entorno en el que se desenvuelve el sector. Este primer acercamiento proporcionará la información

necesaria sobre los atractivos que tiene la ciudad, su infraestructura netamente turística y servirá de base para el análisis global del sector.

## 3.2 Recursos turísticos y de soporte de Quito

Todo destino turístico tiene recursos que hacen de este, un lugar que llama la atención de turistas tanto internacionales como del país propio. Estos recursos, según Dwyer y Kim (2003), se los puede dividir en heredados y creados, como base de éstos estarían los factores y recursos de soporte, “En consecuencia estos factores proveen varias de las características que hacen a un destino atractivo para las visitas y constituyen los fundamentos en los cuales se sustenta una industria turística exitosa. Juntos, estos factores proveen la base de la competitividad de un destino” Dwyer Larry, Chulwon Kim, (2003:4)

### 3.2.1 Recursos Heredados

Dentro de los recursos turísticos heredados, es decir, con los que nace un destino turístico, se encuentran los **Recursos Naturales, Patrimonio Histórico y el Patrimonio Cultural**, dotados por la historia geográfica desarrollada a lo largo de millones de años y la evolución cultural y social durante miles de años.

#### a) Recursos Naturales

Geográficamente, la ciudad se encuentra asentada en la hoya del Guayllabamba, al pie del Pichincha, en un espacio cercano a las 300 mil hectáreas, situada en la cordillera de los Andes a 2800 m. sobre el nivel del mar. Al Norte, limita con el nudo de Monjanda hacia Pomasqui y al sur por el nudo de Tiopullo, se extiende hasta el sector de Tambillo, al oeste el Macizo del Pichincha que forma parte de la Cordillera Occidental y que a su vez está constituido por tres elevaciones volcánicas: el Guagua Pichincha, el Ruco Pichincha y el Cóndor Guachana. Al este se encuentran los volcanes Cayambe, Puntas, Ilaló, Antisana, Cotopaxi y los valles de Cumbayá, Tumbaco y los Chillos<sup>16</sup>.

La atraviesa el río Machángara, que corre de sur a norte, donde se depositan las aguas servidas de la ciudad. Su temperatura ambiental varía entre 10 y 25 grados centígrados. La región se caracteriza por los grandes contrastes climáticos que se presentan en el transcurso de un mismo día.

La ciudad de Quito se encuentra rodeada de una amplia gama de recursos naturales diversos y únicos. Su ubicación y la gran diversidad natural que presenta el Ecuador, permite al turista acceder a entornos y pisos climáticos totalmente distintos en muy poco tiempo, desde el bosque subtropical de Mindo al páramo típico de montaña del Cayambe o al Cotopaxi como los lugares más cercanos. La ciudad se encuentra rodeada por reservas naturales protegidas (Véase el Gráfico 26), donde se puede tener un contacto directo con la naturaleza en su estado puro.

---

<sup>16</sup> Información obtenida del Guión Oficial del Centro Histórico, Corporación Quito-Turismo

**Gráfico 26:** Reservas naturales protegidas junto a la ciudad de Quito



**Fuente:** Ministerio de ambiente del Ecuador

**Elaboración:** Eduardo Guerrero

Dentro de la ciudad se encuentra una cantidad considerable de parques y miradores que, pese a constituirse como recursos creados, permiten acceder a los atractivos naturales que la ciudad ofrece. Estos dan un ambiente natural a Quito, que permite a moradores y a turistas disfrutar del paisaje además de realizar actividades deportivas.

**Tabla 20:** Parques y miradores de la ciudad de Quito

Parques	Miradores
Parque metropolitano del sur	Mirador Clima de la libertad
Parque Metropolitano Guanguiltagua	Mirador Cruz de Loma
Parque del Ejido	Mirador Guápulo
Parque Alameda	Mirador Parque Itchimbía
	Mirador Panecillo
	Mirador Parque Metropolitano
	Mirador Yaku – Parque del Agua

**Fuente:** Corporación Quito – Turismo

**Elaboración:** Eduardo Guerrero

## **b) Recursos Histórico – Culturales<sup>17</sup>**

La ciudad de Quito se asienta sobre una región con muchos siglos de antigüedad de presencia humana, se tiene evidencia de grupos y etnias aborígenes que desarrollaron su propia cultura y formas de vida desde hace aproximadamente 11 000 años, aparte resalta la presencia del imperio Inca en esta región, los cuales en su proceso de expansión, conquistaron la zona de Quito alrededor del año 1500. Su presencia en Quito, de apenas 30 o 40 años, fue determinante para la transformación cultural, organizacional y demográfica.

Con la llegada de Colón a América, en 1492, comenzó una nueva época para el continente; a partir de la que se dio inicio a una extensa época colonial que duró tres siglos, tiempo en el cual se dieron grandes transformaciones en todos los órdenes.

Es inexorable para el análisis considerase el proceso de conquista que se vivió en América, en términos arquitectónicos, las construcciones de esa época fueron las únicas que ha permanecido en el tiempo; pues éstas se erigieron sobre las edificaciones Incas y de otras culturas para ratificar su dominio e imponer su cultura.

Lo más representativo en términos turísticos en la ciudad de Quito es, sin duda, el legado histórico y cultural que se puede apreciar en su centro histórico, razón por la cual fue declarado Patrimonio Cultural de la Humanidad por la UNESCO en 1978; es la primera ciudad del mundo en obtener este título. Además, está considerado como el más grande y mejor preservado centro histórico en Latinoamérica. Contiene más de 300 manzanas de casas coloniales, parques, iglesias, monasterios y edificios históricos, lo que da a la ciudad una ventaja comparativa en relación a ciudades como Lima, Bogotá, Santiago, etc.

La Iglesia de San Francisco es una de las más famosas, pues fue la primera edificación religiosa construida en América, después de la conquista española. Igualmente, la Iglesia de Santo Domingo, La Iglesia de la Compañía de Jesús, con su estilo barroco, o la Basílica del voto nacional y su estilo gótico, constituyen monumentos arquitectónicos que dan cuenta de la importancia que tenía la iglesia católica como una institución que estaba en medio del poder económico y político en aquellas épocas.

En los últimos años se han hecho esfuerzos por restaurar un sinnúmero de monumentos arquitectónicos y barrios de la zona. El sector de la Ronda o el barrio de San Marcos son íconos de esta restauración. No obstante, persisten problemas relacionados con la seguridad, el estado y conservación de monumentos y viviendas, calidad de vida de la población vulnerable, movilidad, entre otros. Razón por la cual el Gobierno Nacional junto con el Municipio de Quito y la empresa privada implementarán a partir del año 2013 el Plan para la Revitalización del Centro Histórico de Quito, el mismo que contempla componentes de vivienda, movilidad, seguridad, comercio, actividades recreativas y culturales, que posee un monto asignado de aproximadamente \$675 millones de dólares, a ser invertidos en los próximos 5 años (Municipio de Quito).

---

<sup>17</sup> Ver anexo b para conocer la lista de atractivos históricos y culturales que tiene la ciudad.

Si bien es cierto que en el centro histórico se concentra la mayor cantidad de atractivos histórico-culturales, en toda la ciudad se pueden encontrar espacios de difusión cultural, muchos de los cuales han sido construidos en épocas contemporáneas.

Además de la espectacular obra arquitectónica y artística presente en la ciudad, en ella se puede encontrar varios de museos, los cuales, según la Fundación Museos de la ciudad de Quito, constituyen una institución permanente, no lucrativa, al servicio de la sociedad y su desarrollo que: adquiere, conserva, investiga, comunica, interpreta, difunde y exhibe el Patrimonio y la Memoria histórica, artística, cultural y natural, tangible e intangible de los pueblos y su entorno. A la vez, propicia la apropiación, el estudio, la educación y el deleite. Estos dan cuenta de la historia prehispánica, colonial y republicana del país, además se abordan temas contemporáneos relacionados con la conservación, como en el caso del museo del Agua (Yaku) o el desarrollo científico con el Museo interactivo de Ciencias, entre otros.

En cuanto al desarrollo de las artes, las primeras representaciones pictóricas que tiene la ciudad se encuentran en trabajos realizados por culturas pre-hispánicas Quitu, Caranqui, Puruháe y Yumbo, las cuales trazaron dibujos acerca de su cosmovisión, guardando una fuerte relación con el sol y animales de la zona en distintas vasijas.

Con la conquista de los españoles, el desarrollo de las artes plásticas cambió de visión y se la desarrollo a gran escala. Así se funda la primera y la más famosa escuela artística del país, la Escuela Quiteña. Sus más importantes representantes fueron: Legarda, Caspicara, y Miguel de Santiago. La altura estética de las obras de dichos artistas se puede apreciar en el centro histórico. En el siglo XX, Eduardo Kingman junto con Oswaldo Guayasamín fueron los más destacados representantes de las artes plásticas de la ciudad (Guión Unificado Quito-Turismo).

Como espacios de difusión artística, aparte de museos, la ciudad ofrece hermosos teatros como; el Teatro Nacional Sucre, Teatro Bolívar, Teatro Variedades, etc. En los cuales se difunde y promociona artes escénicas y musicales provenientes de distintos lugares del país y del mundo.

Como muestra de la importancia que tiene Quito en América en términos históricos y culturales, fue designada el 8 de septiembre del 2010 como Capital Americana de la Cultura 2011, por el Buró Internacional de Capitales Culturales (IBOCC), con el fin de convertirla en un referente en la región y promocionarla a nivel mundial. Con este galardón se escogieron a demás los 7 tesoros del Patrimonio Cultural Material de Quito y fueron: La Estación de Ferrocarril Chimbacalle, la Iglesia de la Compañía de Jesús, la Iglesia de San Francisco, la Basílica del Voto Nacional, la Iglesia de la Virgen del Quinche, la Plaza Grande y la Virgen del Panecillo.

Junto a la configuración artística-arquitectónica, dentro de la estética de Quito, se encuentran sus costumbres y tradiciones, la forma de ser de su gente con particularidades y expresiones únicas de tipo gastronómica, idiomática, religiosa, etc.

### 3.2.2 Recursos Creados

Son aquellos que han sido creados para permitir que el sector turístico funcione de una forma adecuada, dentro de estos encontramos: **La Infraestructura de servicios Turísticos** junto con las **Actividades de recreación y las Estructuras de entretenimiento turístico**. Los recursos creados junto con los que ha heredado de la historia, conforman el aspecto principal que haría de un destino turístico atractivo.

#### 3.2.2.1 Infraestructura de servicios turísticos

Dentro de la infraestructura que brinda servicios a los turistas se encuentran los establecimientos de alojamiento, alimentos y bebidas, de intermediación, entre otros. La calidad que presten dichos establecimientos es fundamental como componente de la experiencia turística que pueda ofrecer la ciudad. Por otra parte, es primordial que la oferta de servicios sea variada, accesible y que esté rodeada de un ambiente de hospitalidad para el bienestar del turista.

a) **Establecimientos de Alojamiento:** es necesario analizar la capacidad instalada que tiene la ciudad, el tipo de oferta que presenta y contrastarla con variables como la tasa de ocupación presente en el tiempo, precios de habitaciones, cantidad de personas hospedadas, etc.

**Infraestructura instalada:** la ciudad de Quito contó para el año 2011 con un total de 5 187 habitaciones disponibles<sup>18</sup>. La empresa Quito-Turismo ha dividido por categorías la oferta de alojamiento turística, teniendo una oferta de lujo, primera y segunda<sup>19</sup> con el 30,29%, 31,90% y 37,81% del total de habitaciones respectivamente. Con lo cual se aprecia que la cantidad de habitaciones está distribuida uniformemente para los diferentes segmentos de mercado.

**Tabla 21:** Habitaciones disponibles en la ciudad de Quito por año

Categoría	2007	2008	2009	2010	2011	% Total 11	Crecimiento 07-11
<b>Lujo</b>	1.634	1.625	1.617	1.571	1.571	<b>30,29%</b>	<b>-3,88%</b>
<b>Primera</b>	1.341	1.331	1.356	1.642	1.655	<b>31,90%</b>	<b>23,42%</b>
<b>Segunda</b>	1.917	1.931	1.934	1.959	1.961	<b>37,81%</b>	<b>2,30%</b>
<b>Total</b>	4.892	4.887	4.907	5.171	5.187	<b>100,0%</b>	<b>6,03%</b>

**Fuente:** Boletín de ocupación hotelera 66-67, Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico (EPMGDT), Quito- Turismo.

**Elaboración:** Eduardo Guerrero

En total, la oferta de habitaciones ha crecido en un 6% en los últimos cuatro años, el grupo que más ha crecido es el de primera con un 23%, seguido por el de segunda con un 2%, mientras que el grupo de lujo ha tenido una reducción en su oferta de habitaciones en un 3,88% en este periodo.

<sup>18</sup> Esta cifra indica el número promedio de habitaciones disponibles a lo largo de un año en un día cualquiera.

<sup>19</sup> Dentro de los la categoría de Lujo se encuentran los Hoteles de Lujo, dentro de la categoría Primera, los hoteles 1, Apartamentos turísticos 1, Hotel apartamento, Pensión 1, Hostal residencia 1, Hostal 1 y dentro de la Segunda encontramos Apartamento turístico 2, Hostal 2 Hostal residencia 2, Hotel residencia 2.

**Tasa de ocupación hotelera (TOH)<sup>20</sup>:** El indicador muestra una evolución positiva en las tres categorías analizadas, pasando del 51,97% en el año 2007 al 53,77% en 2011. Como se puede apreciar en la Tabla núm 31, la tasa de ocupación hotelera ha sido superior al 51% desde el 2007, con excepción del año 2009, en el cual la crisis en Estados Unidos afectó el total de llegada de turistas extranjeros al país y con ello la ocupación hotelera.

**Tabla 22:** Tasa de ocupación hotelera Quito, por categoría 2006-2011

Tasa de ocupación Hotelera	TOH Lujo	TOH Primera	TOH Segunda	TOH Total
Jun-dic 2006	67,9%	45,7%	33,7%	<b>48,38%</b>
Ene-dic 2007	71,1%	49,7%	37,2%	<b>51,97%</b>
Ene-dic 2008	71,5%	52,8%	39,8%	<b>53,90%</b>
Ene-dic 2009	62,9%	49,2%	39,6%	<b>49,92%</b>
Ene-dic 2010	68,7%	55,2%	42,4%	<b>54,57%</b>
Ene - dic 2011	69,4%	55,6%	39,7%	<b>53,77%</b>
Promedio 06-11	<b>68,6%</b>	<b>51,4%</b>	<b>38,8%</b>	<b>52,90%</b>

**Fuente:** Alcaldía del Distrito Metropolitano de Quito (2012) *Boletín de ocupación hotelera nº 66 – 67*.

**Elaboración:** Eduardo Guerrero

Por otro lado, la TOH no es la misma para las distintas categorías, la de lujo muestra un promedio del 68,6%, seguido de la primera y segunda con un 51,4% y 38,8%, respectivamente, esto se debe a las estructuras competitivas de cada una de las empresas en las distintas categorías. Los establecimientos de lujo poseen una organización más estructurada, mantienen alianzas con distintas agencias en el mundo, pertenecen a consorcios que están establecidos a nivel mundial y con una marca ya consolidada en muchos casos.

Como se puede apreciar, la TOH se ve afectada en el año 2009 (49,92%) sobre todo para el segmento de lujo, caracterizado por recibir en su mayoría a turistas extranjeros, a diferencia del segmento de primera, que si bien es cierto experimentó un descenso en el 2009, su recuperación ha sido más que satisfactoria. Por su lado, la categoría de segunda no se ha visto afectada considerablemente por la crisis en los países más desarrollados económicamente por el segmento al que está direccionada.

**Tarifas por habitación:** Entre junio de 2006 y diciembre de 2011, las tarifas se han incrementado considerablemente en todas las categorías, fue el segmento de Lujo el que mayor ajuste tarifario

<sup>20</sup> Constituye el indicador que muestra el porcentaje de la capacidad instalada que está siendo usado en un determinado momento.

presentó: \$34,90 dólares (sin IVA ni tasas) se incrementó así en un 48,92% en este periodo, igualmente la categoría de Primera y segunda han incrementado en 47,02% y 31,97%, respectivamente.

**Tabla 23:** Incremento Tarifario, establecimientos de alojamiento, Quito (2006-2011)

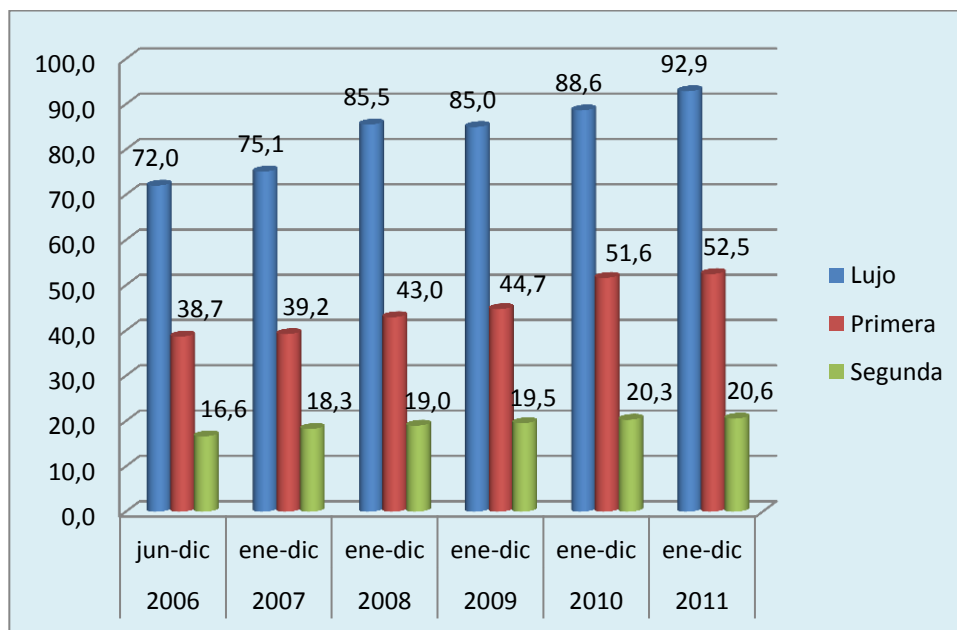
Categoría	Tarifa Jun-06	Tarifa Dic-12	Incremento \$	% incremento
<b>Lujo</b>	71,34	106,24	\$34,90	<b>48,92%</b>
<b>Primera</b>	37,09	54,53	\$17,44	<b>47,02%</b>
<b>Segunda</b>	16,50	21,78	\$5,28	<b>31,97%</b>

**Fuente:** Alcaldía del Distrito Metropolitano de Quito (2012) *Boletín de ocupación hotelera nº 66 – 67*.

**Elaboración:** Eduardo Guerrero

Como se puede apreciar, el segmento de Lujo maneja precios muy superiores a las categorías de Primera y Segunda, esto está ligado a la oferta de productos y servicios, así como a la calidad que presenta cada segmento. Los precios, como se puede observar en el gráfico 27, han incrementado ininterrumpidamente desde el año 2007 con excepción del año 2009, marcado por la crisis en Estados Unidos.

**Gráfico 27:** Tarifa de habitación por categoría, promedio anual, Quito (2006-2011)



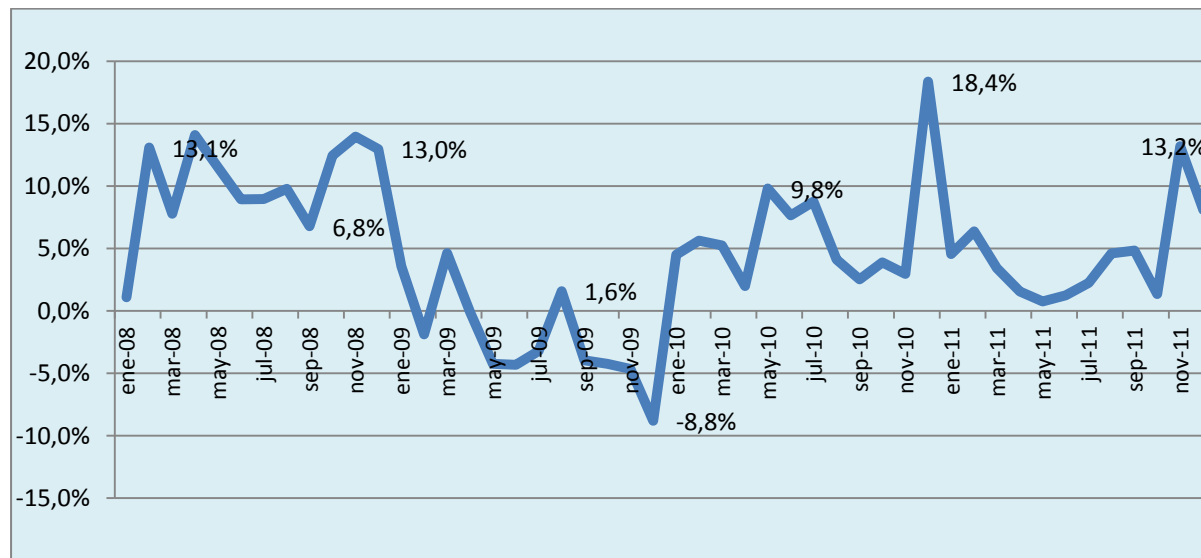
**Fuente:** Alcaldía del Distrito Metropolitano de Quito (2012) *Boletín de ocupación hotelera nº 66 – 67*.

**Elaboración:** Eduardo Guerrero



El incremento tarifario ha sido considerable, si se considera que en el año 2009 el promedio total de las tarifas del sector de alojamiento disminuyó en un 2,22%.

**Gráfico 28:** Evolución en el crecimiento mensual de la tarifa promedio por habitación



**Fuente:** Alcaldía del Distrito Metropolitano de Quito (2012) *Boletín de ocupación hotelera nº 66 – 67*.

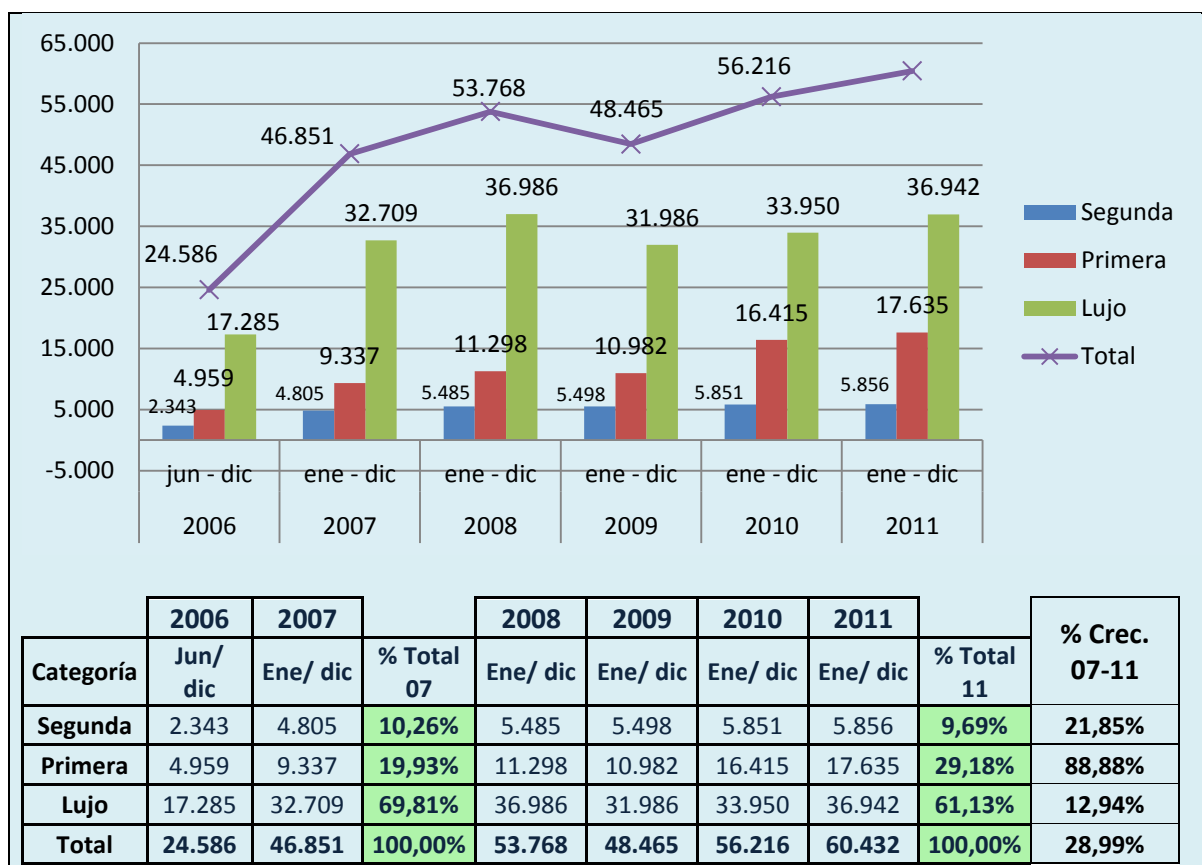
**Elaboración:** Eduardo Guerrero

**Ingresos sector de Alojamiento:** El incremento general en los precios por habitación, sobre todo para las categorías de Lujo y Primera, junto con el crecimiento en la llegada de turistas, ha propiciado un considerable incremento en los ingresos percibidos por el sector, el cual en 4 años desde el 2007 al 2011, ha crecido en un 28,99%. La categoría de Primera es la que mayor crecimiento muestra, con un 89% en dicho periodo, seguida por la categoría de Segunda y de Lujo con un crecimiento del 21,85% y 12,94% respectivamente (Véase el gráfico 29).

Del total de ingresos que presenta el sector (60,43 millones de dólares en el 2011), el 61,13% lo recibió el sector de Lujo, el cual ha disminuido su participación en el total de ingresos por el fuerte incremento de la categoría de Primera, la cual para el 2007 tenía el 19,93% del total de ingresos y para el 2011 presenta el 29,18% del total.

**b) Establecimientos de Alimentos y Bebidas:** El sector de alimentos y bebidas es otro de los pilares que conforman la experiencia turística, la calidad asociada con el producto ofrecido es de vital importancia, así como la variedad en la oferta y la accesibilidad. La ciudad de Quito, contó para el año 2010 con un total de 1822 establecimientos, los cuales a su vez cuentan con 29.911 mesas y 119.654 sillas. Del total de establecimientos, la mayor parte lo conforman restaurantes con un 75,83% del total de la oferta (Véase la Tabla 24).

**Gráfico 29:** Ingresos anuales por categoría, sector de alojamiento (miles de dólares)



**Fuente:** Alcaldía del Distrito Metropolitano de Quito (2012) *Boletín de ocupación hotelera nº 66 – 67*.

**Elaboración:** Eduardo Guerrero

**Tabla 24:** Capacidad instalada, Establecimientos de Alimentos y Bebidas registrados en el Ministerio de Turismo, ciudad de Quito, año 2010

Tipo	Establecimientos	Mesas	Sillas	% Total Sillas
Restaurante	1.281	22.680	90.730	75,83%
Cafetería	123	1.273	5.092	4,26%
Bar	114	2.125	8.500	7,10%
Fuente de soda	259	1.764	7.056	5,90%
Discoteca	34	1.655	6.620	5,53%
Sala de baile	11	414	1.656	1,38%
<b>TOTAL</b>	<b>1.822</b>	<b>29.911</b>	<b>119.654</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Catastros de Establecimientos Turísticos 2011 - Ministerio de Turismo.

**Elaboración:** Eduardo Guerrero

El Ministerio de Turismo ha dividido al sector de Alimentos y Bebidas por categoría, la mayor cantidad de establecimientos de Tercera, Segunda y Primera con el 41%, 26,07 y 22,06%, respectivamente. La tendencia se mantiene tanto para la disponibilidad de mesas como de sillas.

**Tabla 25:** Establecimientos de Alimentos y Bebidas organizados por categoría, registrados en el Ministerio de Turismo, ciudad de Quito, año 2010

	Categoría				
Tipo	Lujo	Primera	Segunda	Tercera	Cuarta
Restaurante	11	267	305	519	179
Cafetería	0	41	29	46	7
Bar	0	19	33	62	0
Fuente de soda	0	61	78	120	0
Discoteca	1	12	21	0	0
Sala de baile	0	2	9	0	0
<b>Tot. Establecimientos</b>	12	402	475	747	186
<b>% Total</b>	<b>0,66%</b>	<b>22,06%</b>	<b>26,07%</b>	<b>41,00%</b>	<b>10,21%</b>
<b>Total Mesas</b>	454	7.464	9.585	10.209	2.199
<b>Total Sillas</b>	1.816	29.896	38.340	40.806	8.796

**Fuente:** Catastros de Establecimientos Turísticos 2011 -Ministerio de Turismo.

**Elaboración:** Eduardo Guerrero

**c) Establecimientos de Intermediación Turística:** Dentro de los establecimientos de Intermediación Turística se encuentran: centros de convenciones y salas de recepciones y banquetes, la ciudad cuenta con un total de 36 establecimientos con una capacidad para 6100 personas. Estos establecimientos son importantes pues promueven el turismo de negocios y convenciones (Véase la Tabla 26).

**d) Agencias de Viaje:** Son empresas mercantiles de servicio que acercan el producto turístico al consumidor en beneficio del mismo, por medio de la realización de acciones como reservaciones de boletos, alojamiento en hoteles, programación de tours, arrendamiento de autos, etc. Estas trabajan estrechamente con empresas transportistas, líneas aéreas y hoteles. Así las cosas, el papel de las agencias de viaje en el sector turístico es muy importante por la gestión que realiza para que los viajes se realicen. La ciudad de Quito contó para el 2010 con un total de 536 agencias de viaje.

**Tabla 26:** Capacidad de los establecimientos de Intermediación turística, registrados en el Ministerio de Turismo, Quito, año 2010

Tipo	Categoría											
	Lujo			Primera			Segunda			Total		
	#	Mesas	Sillas	#	Mesas	Sillas	#	Mesas	Sillas	#	Mesas	Sillas
Centros de Convenciones				1	8	32				1	8	32
Salas de Recepciones y Banquetes	2	48	192	10	600	2.400	23	877	3.508	35	1.525	6.100
<b>Total</b>	<b>2</b>	<b>48</b>	<b>192</b>	<b>11</b>	<b>608</b>	<b>2.432</b>	<b>23</b>	<b>877</b>	<b>3.508</b>	<b>36</b>	<b>1.533</b>	<b>6.132</b>

**Fuente:** Catastros de Establecimientos Turísticos 2011 - Ministerio de Turismo.

**Elaboración:** Eduardo Guerrero

**e) Transporte Aéreo y Terrestre:** El transporte es otro de los pilares de la experiencia turística pues permite los desplazamientos de un lugar a otro en un destino turístico, además del desplazamiento hacia otros destinos.

En cuanto a Líneas aéreas, la ciudad cuenta con un total de 30, de las cuales 26 son internacionales y 4 nacionales. Estas permiten la conectividad aérea de Quito y Ecuador con el mundo, así como la conectividad en el interior del país. Con la apertura del nuevo aeropuerto de Quito -febrero del año 2013-, se estima que el flujo total de vuelos nacionales como internacionales incrementará considerablemente en el tiempo, sin embargo, como mencionó Paulina Burbano de Lara<sup>21</sup>, hasta ahora no se ha mejorado la conectividad aérea de la ciudad con el mundo, ni se ha llamado la atención de nuevas líneas aéreas, pues este tipo de decisiones se configuran en función del potencial económico y las características de mercado que tenga un lugar determinado.

El transporte terrestre, por su parte, se encuentra dividido en transporte nacional de itinerario regular y alquiler de automóviles. Para la primera categoría la ciudad cuenta con 83 empresas, las mismas que ofrecen 8309 plazas. En cuanto al alquiler de autos, Quito cuenta con 142 vehículos, divididos en 14 empresas (Véase la Tabla 27).

<sup>21</sup> Presidenta de Metroplitan Touring, en la entrevista realizada el pasado 07 de enero de 2013.

**Tabla 27:** Líneas Aéreas y Transporte turístico terrestre, registrados en el Ministerio de Turismo, ciudad de Quito, año 2010

Líneas Aéreas		Transporte Terrestre		
Tipo	#	Tipo	Capacidad	#
Servicio Internacional operante en el país	20	Servicio Nacional de Itinerario Regular	Empresas	83
Servicio Internacional no operante que tiene of.de venta	6		Vehículos	681
			Asientos	8.309
Servicio Nacional	4	Alquiler de automóviles (Rentacar)	Empresas	14
			Vehículos	142
Total	30		Asientos	568

**Fuente:** Catastros de Establecimientos Turísticos 2011 - Ministerio de Turismo.

**Elaboración:** Eduardo Guerrero

### 3.2.2.2 Infraestructura de entretenimiento y actividades de recreación

Dentro de la infraestructura de entretenimiento turístico que ofrece la ciudad resaltan: la Mitad del mundo, El Teleférico, la clásica Estación de trenes de Chimbacalle y los recién establecidos Buses de Turismo. Estos constituyen como unos de los principales atractivos que la ciudad ofrece.

Cada año la ciudad rinde homenaje a las artes con festivales como: Agosto Mes de las Artes, en el cual se presentan una serie de eventos creativos de tipo visual, musical y de teatro. Entre lo festivales se encuentra además: Festival Internacional de Música Sacra, Festival de Cine Cero Latitud, festival de cine documental EDOC, festival internacional de música independiente Quito Fest, Festival Internacional de Teatro Experimental - Quito, Festival Internacional de Títeres, Festival del Sur, entre otros.

Como celebraciones cívicas se puede nombrar a la parada militar del 27 de febrero, del 24 de mayo, la Velada Libertaria, caracterizada por el libre acceso a museos y presentaciones artísticas en distintas parte de la ciudad con el fin de recordar uno de los sucesos más importantes en la historia del país.

### 3.2.3 Factores y recursos de soporte

El sector turístico está determinado por una inmensa red de factores que posibilitan su desenvolvimiento, como se ha apreciado, la ciudad cuenta con los atractivos netamente turísticos, junto con la infraestructura de servicios. Como soporte de ambos se encuentran los factores y recursos de soporte, los cuales permitirían acceder a los recursos turísticos que un destino tiene: la infraestructura general, calidad de los servicios, accesibilidad y hospitalidad.

Estos factores están relacionados con el desarrollo económico que presenta el destino turístico, ya que a mayor desarrollo, se dispondrá de una red de recursos de soporte mucho más amplia. Con esto se tendrá la capacidad de proporcionar servicios de alta calidad, eficientes sistemas de transporte, seguridad y una amplia red de servicios.

### **3.2.3.1 Vialidad**

Una infraestructura vial de calidad tiene efectos positivos en toda la sociedad; constituye las “venas” por donde circularán recursos y personas con distintos fines en un espacio geográfico determinado. Sus efectos se evidencian en el incremento comercial, el mejoramiento de la eficiencia, la seguridad vial, y redistribución.

La infraestructura vial que tenga un destino turístico es de vital importancia, pues es a través de esta que los turistas podrán desplazarse dentro del destino y hacia otros lugares. Además es por estas vías por las que se transportarán muchos de los productos de consumo e insumos para la producción de bienes y servicios que tienen relación con el sector turístico.

**Red Vial interprovincial:** en cuanto a la vialidad que permite conectarse a la ciudad con el resto del país, Quito cuenta con una red de carreteras de primer orden, que permiten acceder por el norte a ciudades como Ibarra, por el sur a Ambato, unidas por la Panamericana o Troncal de la Sierra. El oriente la Interoceánica permite conectarse con Baeza y vía la costa se encuentra vías que permiten la comunicación con Santo Domingo y Esmeraldas (Véase el gráfico 30).

En la Provincia de Pichincha las principales vías se encuentran concesionadas, por lo que su estado es óptimo en la mayoría de tramos. En otras provincias como la de Esmeraldas, la vía no se encuentra concesionada pero ha sido intervenida por el Gobierno Central, por lo que se encuentra en muy buen estado.

En este aspecto la ciudad se encuentra mejor posicionada que ciudades como Bogotá o Lima, las cuales se encuentra más separadas de otros destinos del mismo país, lo que incrementa los costos de transporte para el turista.

**Red Vial en el perímetro urbano:** la capital está ubicada en una larga meseta de casi 50 kilómetros de largo, pero de solamente cuatro o cinco de ancho, esta geografía complica una adecuada planificación vial. En este sentido, las obras que se puedan realizar en pro del descongestionamiento vial son limitadas.

Al norte, las principales avenidas que recorren la ciudad son: Avenida Occidental, 10 de Agosto o Panamericana Norte, 6 de Diciembre, Eloy Alfaro y Simón Bolívar. En sentido este-oeste: Avenida Patria, Colón, Orellana, Naciones Unidas, Diego de Almagro, Río Coca y el El Inca.

Al sur la cantidad de vías es menor debido a la falta de planificación en su debido momento. Aquí se encuentra ubicadas las avenidas: Mariscal Sucre, Pedro Vicente Maldonado y Simón Bolívar.

**Gráfico 30:** Vías que conectan Quito con otras ciudades



**Fuente:** <http://maps.google.com.ec/maps?hl=es&tab=wl>

Tomando en cuenta el crecimiento que tendrá la ciudad y la importancia de la movilidad tanto para el bienestar de los quiteños como para el desarrollo de su actividad económica, se está llevando a cabo un plan vial que comprende 14 grandes proyectos. Estos optimizarán la conectividad de Quito con la región y el país. Con un monto de inversión de aproximadamente 630 millones de dólares, a la par, se está realizando una intervención de 103 km en el mejoramiento, ampliación y construcción de nuevas vías.<sup>22</sup>

### 3.2.3.2 Aeropuertos

El Aeropuerto Internacional Mariscal Sucre es el principal aeropuerto de Ecuador, se asienta en un terreno de 40 hectáreas. Ubicado en el norte de la ciudad, constituye el principal punto de entrada de turistas al Ecuador. Entró en servicio en el año de 1960, cuenta con dos terminales de pasajeros, una Nacional y una Internacional.

<sup>22</sup> Para más detalles ver: Plan de infraestructura vial del Municipio de Quito:

[http://www.inviertaenquito.com.ec/index.php?option=com\\_content&view=article&id=35&Itemid=90&lang=es](http://www.inviertaenquito.com.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=35&Itemid=90&lang=es)

Debido a su ubicación en medio del Quito urbano se ha convertido en un aeropuerto con un alto nivel de dificultad y riesgo operativo. A demás su capacidad instalada está totalmente cubierta, generando problemas de congestión y lentitud en el servicio.

Para el 20 de Febrero de 2013 se tiene prevista la entrada en servicio del Nuevo Aeropuerto de Quito en la localidad de Tababela, al este de la ciudad, con el fin de ampliar la capacidad aeroportuaria de la ciudad. Esta construcción constituye un ícono para la ciudad, la misma que brindará muchas oportunidades de crecimiento económico y turístico.

Las ventajas que posee el nuevo aeropuerto de Tababela con el antiguo Mariscal Sucre son notables, como se puede apreciar permite una aproximación y despegue más seguros para todas las aeronaves, por sus características estructurales y por estar fuera de la ciudad. Por otra parte, cuenta con una mayor capacidad de carga, atención de pasajeros, tecnología, entre otros.

**Tabla :** Características Aeropuerto Mariscal Sucre y Nuevo Aeropuerto de Tababela

Descripción	Mariscal Sucre	Nuevo Aeropuerto
<b>Año Inauguración</b>	1960	2013
<b>Altitud</b>	2.800 msnm	2.400 msnm
<b>Ubicación</b>	Norte de la ciudad	A 20 km. de Quito
<b>Superficie</b>	126 ha.	1600 ha.
<b>Área total de construcción</b>	40 ha	70 ha (aproximadamente)
<b>Capacidad de expansión</b>	Ninguna	70 ha. – 100 ha.
<b>Pista</b>	Una pista: 3.120 m	Una pista: 4.100 m
		Segunda pista: 2.350 m (en una fase posterior)
<b>Terminal de pasajeros</b>	28.700 m <sup>2</sup>	38.000 m <sup>2</sup> en la primera etapa
<b>Capacidad atención pasajeros</b>	3'600.000 pasajeros	Más de 5'000.000 pasajeros en la primera etapa
<b>Área de carga</b>	15.198 m <sup>2</sup>	42.000 m <sup>2</sup>
<b>Capacidad de carga</b>	149.718,83 toneladas métricas por año	249.530,90 toneladas métricas por año
<b>Operaciones</b>	8 movimientos de aeronaves por hora	12 movimientos de aeronaves por hora
<b>Estacionamiento aeronaves</b>	32 puestos	45 puestos (primera etapa)
<b>Torre de Control</b>	22 metros de altura	41 metros de altura
<b>Estacionamiento vehículos</b>	380 espacios	1000 espacios

**Fuente:** Corporación Quiport S.A.

**Elaboración:** Eduardo Guerrero



Con la construcción del nuevo aeropuerto se crea un polo de desarrollo nuevo para la parroquia de Tababela y su zona de influencia. En este prisma, la nueva infraestructura del aeropuerto facilita los procesos de importación y exportación de carga desde y hacia Quito.

La reubicación del aeropuerto de Quito, descongestionará la ciudad al eliminar aproximadamente 6000 vehículos diarios que se desplazan hacia el aeropuerto, y alrededor de 580 camiones, de todo tamaño que transportan flores (Quiport).

### **3.2.3.3 Terminales Terrestres<sup>23</sup>**

Los terminales terrestres son componentes básicos para la movilidad de turistas dentro del país, en este aspecto, la ciudad, de igual manera que con el aeropuerto, ha dado importantes pasos. Se pasó de tener un descuidado e inseguro terminal terrestre en el centro de la ciudad a dos terminales, uno en el norte, en el sector de Carcelén y otro al sur, en Quitumbe. De este modo se descongestionó la ciudad pues ya no circulan por ella buses interprovinciales y se descentralizó adecuadamente el servicio en función del destino al que se quiera llegar.

La asociación entre el sistema de transporte urbano Metro bus-Q y las dos terminales, permiten al turista acceder a otros destinos con facilidad y con precios módicos de desplazamiento.

### **3.2.3.4 Servicios Básicos y Telecomunicaciones**

Quito tiene una cobertura casi total de servicios básicos: 96,40% de agua potable; 92.85% de alcantarillado; y 97,9% en energía eléctrica (Municipio de Quito). Es la ciudad del país con mayor cobertura en servicios de telecomunicación, que incluye zonas gratuitas de Internet inalámbrico en áreas históricas y emblemáticas.

Para el año 2011, Quito mostró un valor superior al promedio nacional en cuanto al uso de Internet, telefonía fija y celular (Véase el gráfico 31).

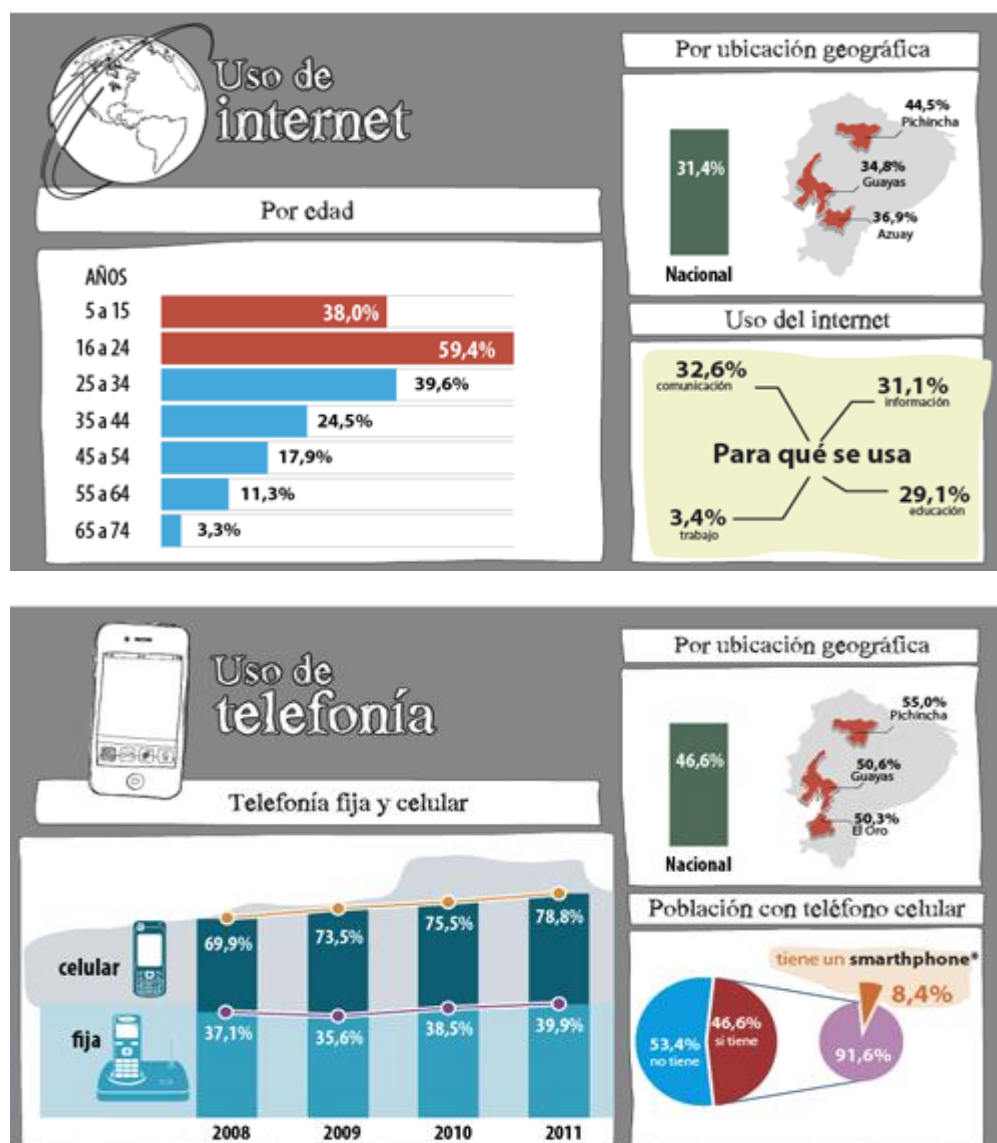
### **3.2.3.5 Calidad de los servicios**

Un pilar fundamental de la competitividad de un destino turístico constituye la calidad general de los servicios y factores que permiten acceder de forma adecuada al legado que el país tiene. La misma exige que se sigan ciertos estándares de producción y mantenimiento. La calidad tiene relación directa con el deseo de hacer a un destino turístico y a sus recursos sostenibles en el tiempo.

---

<sup>23</sup> Para conocer más detalles visitar la página web de la EPMMOP

**Grafico 31:** Uso de las TIC en los hogares del Ecuador, año 2011



**Fuente y elaboración:** Portal de estadísticas del INEC [http://www.inec.gob.ec/sitio\\_tics/telefonía.html](http://www.inec.gob.ec/sitio_tics/telefonía.html)

**Distintivo Q:** Quito, a través de la Empresa Pública Metropolitana Quito Turismo, lanzó el pasado mes de agosto de 2011, la primera fase de la implementación del sello de calidad turística (Distintivo Q), el cual busca diferenciar y reconocer los esfuerzos de los empresarios turísticos y establecimientos que trabajen por mejorar su gestión empresarial y operativa. En general a empresas que estén interesadas en ofrecer servicios de primer nivel con una visión sostenible en la ciudad.

La certificación se basa en un apoyo mutuo entre el sector público y privado, a través de un proceso de asistencia técnica, capacitación, implementación de buenas prácticas de turismo sostenible y seguimiento continuo. Además de mejorar la imagen de Quito como un destino turístico, beneficia a

empresarios tanto en gestión empresarial como en promoción y publicidad. La iniciativa cuenta con 100 empresas de las cuales 38 ya cuentan con el Distintivo "Q".

### 3.3 Entorno donde se desarrolla la actividad turística

Dentro del entorno se encuentran: las **Condiciones para el desarrollo**, la **Política y Gestión del destino turístico** y las **Condiciones de la Demanda**. Este será el que permita amplificar los beneficios del sector a la sociedad y a la vez de fomentar su desarrollo, pues como cualquier otro sector - mucho más para el sector turístico, que esta conformado por la interacción de distintos sectores - se encuentra supeditado a un entorno político – económico y a una demanda en constante cambio.

El entorno constituye la atmósfera en la cual se permitirá el desarrollo de la competitividad y la sostenibilidad en el desarrollo de la actividad.

#### 3.3.1 Condiciones para el Desarrollo

Son consideradas como modificadores situacionales y están constituidas por el micro entorno competitivo, el entorno macroeconómico, la seguridad y la competitividad en precios.

La ciudad de Quito, por ser la capital administrativa del Ecuador, alberga los principales organismos gubernamentales y no gubernamentales, nacionales e internacionales, culturales, financieros, administrativos y comerciales del país. Tomando en cuenta este entorno se comenzará con el análisis del Entorno Macroeconómico en el cual opera el sector.

##### 3.3.1.1 Entorno Macroeconómico

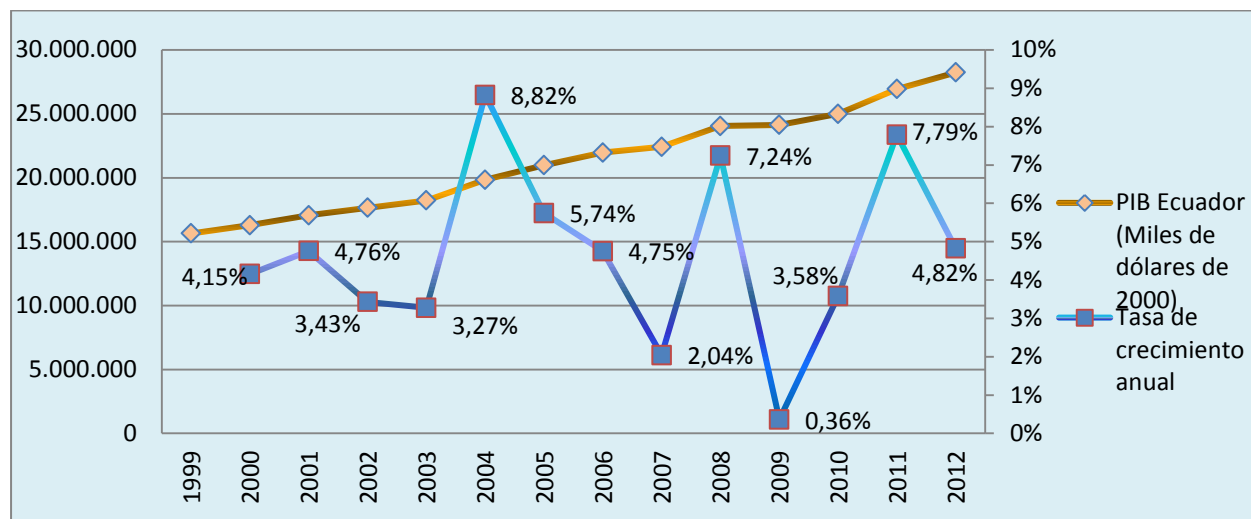
Como primer paso es necesario hacer una revisión general del entorno económico del país y de las perspectivas de crecimiento y estabilidad, pues este será el ambiente en el que se desenvolverá el sector turístico y estará directamente influenciado por el comportamiento y tendencias macroeconómicas del país.

El Ecuador, a partir del año 2000, en el periodo de dolarización, el entorno macroeconómico ha crecido notablemente en términos económicos: el PIB alcanzó (dólares corrientes) 16 283 millones de dólares en el año 2000, para en el año 2012, según las predicciones del Banco Central tener un PIB de 73.231 millones. En términos reales, si se toma como referencia los dólares del año 2000, el Ecuador ha crecido en un 73,35% en dicho periodo (Véase el gráfico 32).

Tomando en cuenta el gran vínculo que mantiene la economía ecuatoriana con la producción de petróleo, si los precios de éste se mantienen estables y si las condiciones políticas son favorables, se esperaría un periodo de estabilidad económica por lo menos en los próximos años. A nivel macroeconómico es imprescindible diversificar la fuente de recursos, transformar la matriz de producción energética, crear un ambiente de seguridad jurídica para atraer inversiones, implementar

una política con respecto a los subsidios, redistribuir eficientemente los recursos en la sociedad, entre otros factores, como medios para fomentar el desarrollo de sectores como el turístico.

**Gráfico 32:** PIB Ecuador (Miles de dólares de 2000) y Tasa de crecimiento anual



**Fuente:** Boletín estadístico anuario #33, Banco Central del Ecuador

**Elaboración:** Eduardo Guerrero

La inflación ha permanecido estable en el periodo de dolarización, por las restricciones para emitir moneda que son inherentes a este sistema monetario. Las tasas de desempleo e inflación de la ciudad se encuentran alrededor de la media nacional y en contraste con la región constituyen unas de las más bajas.

**Tabla 29:** Inflación y desempleo principales ciudades del Ecuador, año 2012

Ciudad/País	Inflación anual Sept. 2012	Desempleo Junio 2012	Subempleo Junio 2012
Cuenca	4,58%	3,43%	36,02%
Guayaquil	4,48%	6,31%	36,69%
Quito	4,99%	4,36%	33,52%
Ambato	4,19%	3,45%	43,44%
Ecuador	5,22%	4,11%	53,29%

**Fuente:** INEC, Reporte Inflación, Septiembre 2012 y Evolución del Mercado Laboral, Junio 2012

**Elaboración:** Eduardo Guerrero

De mantenerse la dolarización como sistema monetario, se estiman tasas de inflación bajas como se han presentado hasta el momento.

### 3.3.1.2 Entorno Microeconómico – competitivo, ciudad de Quito

Desde el entorno macroeconómico del Ecuador se puede analizar las características económicas de la ciudad y su comportamiento.

Quito, a más de ser la capital administrativa del Ecuador, según los últimos datos oficiales (Censo Económico 2010), es la ciudad con mayor dinamismo económico del país. Como se puede apreciar en la Tabla 39, Quito es la ciudad con la mayor concentración de establecimientos económicos, cuenta con un total de 99 952 establecimientos. Estos contribuyen con un 45% del total de ingresos por venta de bienes y servicios del país, en cuanto al personal empleado igualmente contribuye con el 26,6% del total.

**Tabla 30:** Establecimientos económicos, ingresos por venta y empleo generado

Ciudad/País	Establecimientos económicos		Ingresos por venta de bienes y servicios		Empleo	
	Número	%	Miles de \$	%	Personas	%
<b>Quito</b>	99.952	<b>19,98%</b>	65.651	<b>45,0%</b>	547.067	<b>26,6%</b>
<b>Guayaquil</b>	87.206	<b>17,43%</b>	35.507	<b>24,3%</b>	441.976	<b>21,5%</b>
<b>Cuenca</b>	28.246	<b>5,65%</b>	10.070	<b>6,9%</b>	117.505	<b>5,7%</b>
<b>Ecuador</b>	<b>500.217</b>		<b>145.865</b>		<b>2.059.504</b>	

**Fuente:** Censo económico 2010, Instituto Nacional de estadísticas y censos INEC.

**Elaboración:** Eduardo Guerrero

El contar con el 20% de establecimientos económicos del país, genera ingresos correspondientes al 45%, con lo cual se evidencia que en la ciudad se encuentran grandes empresas en el ámbito real como financiero que generan altos ingresos. Quito está seguido por Guayaquil y Cuenca, con los cuales se cubre el 76,2% del total de ingresos del país.

La diversidad productiva que presenta la ciudad es amplia, en la estructura de la misma se encuentran distintos sectores, dentro de los cuales figuran como principales el sector de comercios al por mayor y menor, reparación de vehículos automotores e industrias manufactureras, en cuanto a la generación de ingresos (Véase la Tabla 31).

**Inversión Privada y confianza empresarial:** en los últimos cinco años la región ha recibido importantes flujos de I.E.D. que principalmente han sido aprovechados por Brasil, Chile, Colombia y Perú. El principal inversionista de la región ha sido la U.E. Ecuador en el periodo del 2007 a 2011 ha captado únicamente el 0,52% del total de recursos que llegaron a América del Sur. Este hecho explica el bajo porcentaje de turistas que llegan al país por motivo de negocios (Véase la Tabla 27).

**Tabla 31:** Sectores económicos, ciudad de Quito año 2010, (miles de dólares)

Sector	Establecimientos	Ingresos anuales por ventas	% Participación
Comercio al por mayor y menor	49.291	23.240	38,96%
Industrias manufactureras	10.450	21.926	36,76%
Explotación de minas y canteras	61	3.136	5,26%
Actividades financieras y de seguros	818	2.635	4,42%
Transporte y almacenamiento	1.015	2.352	3,94%
Actividades de profesionales, científicas y técnicas	3.504	2.299	3,85%
Información y comunicación	4.570	1.779	2,98%
Construcción	568	1.190	2,00%
Actividades de alojamiento y servicio de comidas	10.736	850	1,43%
Otras	18.939	240	0,40%
<b>Total</b>	<b>99.952</b>	<b>59.647</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Censo económico 2010, Instituto Nacional de estadísticas y censos INEC.

**Elaboración:** Eduardo Guerrero

**Tabla 32:** Inversión extranjera directa (I.E.D.) América del sur 2007-2011

	2007	2008	2009	2010	2011	Total 07-11	% Total 07-11
<b>Sur América</b>	<b>71.839</b>	<b>92.500</b>	<b>55.478</b>	<b>89.632</b>	<b>121.318</b>	<b>430.767</b>	
Brasil	34.585	45.058	25.949	48.506	66.660	<b>220.758</b>	<b>51,25%</b>
Chile	12.534	15.181	12.702	15.095	17.299	<b>72.811</b>	<b>16,90%</b>
Colombia	9.049	10.620	7.137	6.899	13.234	<b>46.939</b>	<b>10,90%</b>
Perú	5.491	6.924	5.576	7.328	7.659	<b>32.978</b>	<b>7,66%</b>
Argentina	6.473	9.726	4.017	7.055	7.243	<b>34.514</b>	<b>8,01%</b>
Venezuela	1.620	1.195	-2.536	1.209	5.302	<b>6.790</b>	<b>1,58%</b>
Bolivia	362	508	426	672	859	<b>2.827</b>	<b>0,66%</b>
Ecuador	194	1.001	319	164	568	<b>2.246</b>	<b>0,52%</b>

**Fuente:** Censo económico 2010, Instituto Nacional de estadísticas y censos INEC.

**Elaboración:** Eduardo Guerrero

América Economía y su ranking sobre las mejores ciudades para hacer negocios de América Latina, recolecta información de las 38 ciudades más grandes de América Latina (incluyendo a Miami), para crear un índice en el que se califica: Marco social y político (15%), Marco y dinamismo económico (25%),

Servicios a empresas (10%), Servicios a ejecutivos (10%), Infraestructura y conectividad física (10%), Capital humano (10%), Sustentabilidad medioambiental (5%) y el Poder de marca (15%)<sup>24</sup>.

De acuerdo a este estudio, Quito figura como la mejor ciudad del Ecuador para hacer negocios, y se evidencia un mejoramiento con respecto a los años pasados. Sin embargo, la ciudad se sigue encontrando en los últimos lugares de América Latina. Se puede apreciar que las principales ciudades competidoras como Lima o Bogotá se encuentran en una mejor posición competitiva.

**Tabla 33:** Ranking de ciudades más atractivas para hacer negocios en América Latina

Ciudad	País	Puntuación	Puesto
Miami	US	100	1
Santiago	CL	90,94	2
São Paulo	BR	88,45	3
C. de México	MX	83,82	4
Rio de Janeiro	BR	77,74	5
Buenos Aires	AR	77,07	6
C. de Panamá	PA	75,22	7
Bogotá	CO	74,46	8
San José	CR	73,91	9
Lima	PE	72,74	10
Medellín	CO	67,4	15
Cali	CO	60,16	24
Santo Domingo	DO	59,48	25
<b>Quito</b>	<b>EC</b>	<b>58,63</b>	<b>26</b>
Córdoba	AR	58,22	28
Rosario	AR	55,48	30
<b>Guayaquil</b>	<b>EC</b>	<b>55,06</b>	<b>31</b>
Asunción	PY	54,04	33
Caracas	VE	53,54	34
La Paz	BO	53,48	35
Santa Cruz	BO	51,92	36

Ubicación Quito Histórico	
<b>2006</b>	33
<b>2007</b>	39
<b>2008</b>	37
<b>2009</b>	32
<b>2010</b>	26

**Fuente:** Encuesta de ciudades 2010, América Economía Intelligence

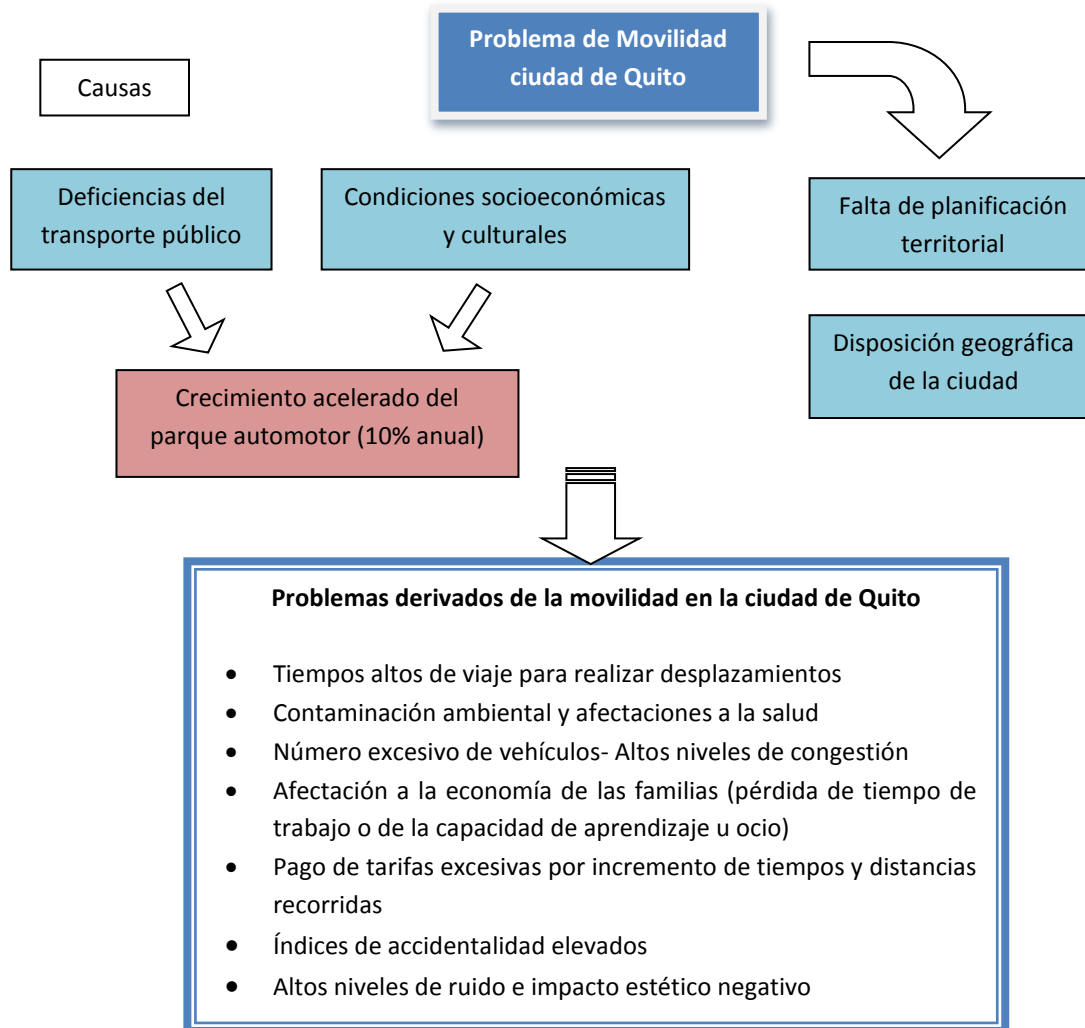
**Elaboración:** Eduardo Guerrero

Según este estudio, pesa sobre la ciudad una imagen de estancamiento económico y problemas de carácter político, que hacen poco atractivo invertir en ella, por lo que “El desafío es convencer a los empresarios internacionales de que el proceso político ecuatoriano y quiteño es beneficioso, pues comienza a haber reglas claras y estabilidad” (América Economía).

<sup>24</sup> Para ampliar información ver detalle metodológico y puntuaciones por categoría, ver el Anexo c.

**Movilidad en la ciudad de Quito:** La movilidad en la ciudad es aún limitada y se desarrolla en condiciones ineficientes que afectan a la economía, salud y seguridad de la población. Como se puede apreciar en el Gráfico 33, se encuentra como principales determinantes: las deficiencias del transporte público, la falta de planificación, la disposición geográfica de la ciudad y las condiciones socioeconómicas y culturales presentes al momento. Como resultado encontramos una movilidad saturada que genera altos costos sociales, económicos y medioambientales.

**Gráfico 33:** Causas y problemas derivados de la Movilidad en la ciudad de Quito



**Fuente:** Alcaldía del Distrito Metropolitano de Quito (2008) *Plan Maestro de Movilidad para el Distrito Metropolitano de Quito 2008-2025*, Plan de Ordenamiento Territorial para el Distrito Metropolitano de Quito.

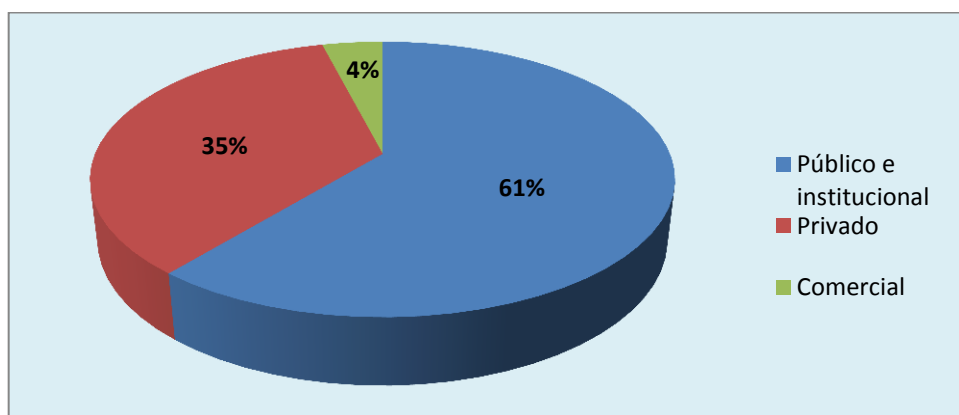
**Elaboración:** Eduardo Guerrero

A continuación se hará un análisis de la situación de los principales determinantes.



a) **Uso del transporte público y privado:** Del total de viajes motorizados realizados en un día, el 61% lo compone el transporte público, 35% para el transporte privado y 4% para el transporte comercial, que incluye taxis, transporte institucional y escolar. La participación del transporte público ha disminuido considerablemente en los últimos años; en el año 1998, la participación del transporte público estaba en el 80%, lo que muestra clara tendencia de reversión de esas proporciones<sup>25</sup>.

**Gráfico 34:** Partición modal en el uso del transporte en la ciudad de Quito, año 2009



**Fuente:** : Alcaldía del Distrito Metropolitano de Quito (2008) *Plan Maestro de Movilidad para el Distrito Metropolitano de Quito 2008-2025*

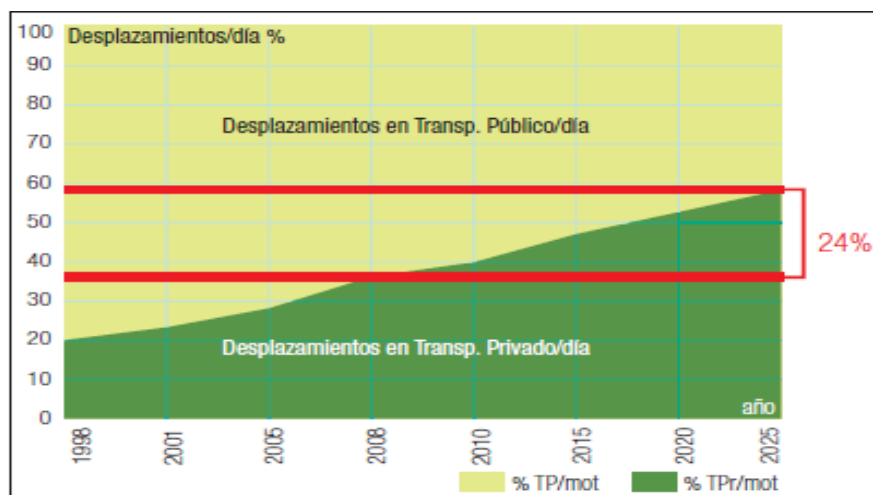
**Elaboración:** Eduardo Guerrero

Los viajes en transporte público están disminuyendo en un promedio de 1,44% anual, e inversamente los viajes en transporte privado crecen en esa misma proporción. Según el municipio de Quito, de mantenerse las actuales condiciones, al año 2025, la tendencia indica que el 59% de los viajes se realizarían en transporte individual y el 41% en transporte público. Esto significa que la demanda de viajes en transporte público se incrementaría en 4 veces, mientras que en transporte privado en apenas 1,5 veces.

De mantenerse la tendencia, los problemas se agravarían de manera tal que sería inviable tener una movilidad adecuada para el año 2025, debido principalmente a la sobre ocupación de la red vial principal, en especial en la zona del híper-centro, de zonas adyacentes y de sus accesos (Véase el gráfico 35).

<sup>25</sup> Datos para el año 2009 (Plan Maestro de Movilidad para el Distrito Metropolitano de Quito 2009 – 2025)

**Gráfico 35:** Evolución y proyección del uso del transporte público y privado ciudad de Quito



**Fuente y elaboración:** Alcaldía del Distrito Metropolitano de Quito (2008) *Plan Maestro de Movilidad para el Distrito Metropolitano de Quito 2008-2025*

A continuación se analizarán las características tanto del transporte público como privado.

**Transporte público:** Por el momento, el transporte público continúa siendo el principal medio de transporte para los habitantes de la ciudad. Del total de viajes que se realizan, estimado en 2,8 millones para el año 2009, el sistema convencional cubre el 67% de todos los viajes – de los cuales el 50% corresponde al urbano y el 17% al interparroquial - mientras que el sistema integrado Metrobus-Q cubre el 21%.

**Tabla 34:** Uso del transporte público en la ciudad de Quito año 2009

Transporte Público			Pasajeros/ día	%
Convencional Urbano			1.416.960	50,19%
Convencional Interparroquial			480.000	17,00%
Metrobus Q			600.000	21,25%
Trolebús	260.000	43,33%		
Ecovía	100.000	16,67%		
Corredor Norte	240.000	40,00%		
Escolar e Institucional			326.000	11,55%
Total transporte público			2.822.960	100,00%

**Fuente:** Plan Maestro de Movilidad para el Distrito Metropolitano de Quito 2009 – 2025

**Elaboración:** Eduardo Guerrero

En el transcurso de los últimos años, la demanda de transporte público se ha incrementado de manera general, sin embargo, la proporción del crecimiento ha variado considerablemente dependiendo del tipo de transporte. Así, mientras la participación del transporte convencional ha disminuido en un 8%, el sistema Metrobús- Q ha registrado un incremento del 300% en el periodo (2002-2008) como producto de la implementación de los corredores: Ecovía, Central Norte y la ampliación del Trolebús.

La calidad que presenta el servicio de transporte público presenta varias deficiencias caracterizadas por:

- Irregularidades en el cumplimiento de horarios.
- Inadecuadas condiciones de confort, debido al exceso de pasajeros durante las horas pico, teniendo para el 2009 un total de 8,9 pasajeros por m<sup>2</sup>, siendo el deseable 5 por m<sup>2</sup>
- Bajo promedio de velocidad, lo que incrementa los tiempos de desplazamientos: Sistema convencional 12 km/h, Sistema Metro Bus Q 19,8 km/h, debajo del promedio recomendado 18 y 25 km/h respectivamente.
- Inseguridad derivada de la delincuencia al interior de las unidades (sobre todo en el sistema Metrobús-Q) en horas pico.

**Transporte privado:** El incremento desmedido del parque automotor obedece principalmente a los siguientes factores: debilidades del servicio del transporte público, facilidades de compra, bajo costo de los combustibles, confort, versatilidad para efectuar los desplazamientos y por el estatus que otorga a sus propietarios. Para la mayoría de la población el adquirir un vehículo propio se ha convertido en una meta personal y familiar.

Este es el tipo de transporte que predomina en la red vial de la ciudad, registra una ocupación aproximada de 1,7 personas por vehículo, relación que corresponde a la tercera parte de su capacidad disponible. Este índice es totalmente ineficiente en cuanto a la ocupación de la vialidad, pues en promedio le corresponde a cada persona transportada un equivalente de 13 m<sup>2</sup> de vía, doce veces más que a una persona movilizada en transporte público. Su presencia en las vías es el factor de mayor incidencia en el incremento de las congestiones de tráfico (Plan Maestro de Movilidad para Quito 2009-2025).

Se estima que al finalizar el 2012, circularon 45 0000 vehículos en la ciudad, la cual concentra el 45% del parque automotor del país, presentando tasas de crecimiento en alrededor del 10% anual. Según la Secretaría de Movilidad del Municipio de Quito, de mantenerse la tendencia, para el 2015 no se podrá circular en horas pico, a una velocidad mayor a los 50 km/h en el 45% de las calles de la ciudad. Además, se prevé que, debido a la congestión vehicular, en el 38% de las calles de la urbe sólo se pueda manejar un vehículo a una velocidad de 10 km/h.

Tal como se presenta el escenario automotriz, junto con las características de la estructura urbana, la fluidez del tráfico virtualmente habrá desaparecido en los próximos 15 años. La congestión sería permanente y los efectos negativos se extenderían por toda la sociedad.

### 3.3.1.3 Seguridad

La seguridad que pueda brindar un destino turístico es de vital importancia para que el turista pueda desarrollar sus actividades con la confianza necesaria y sin inconvenientes. De forma indirecta, la seguridad forma parte primordial de la experiencia turística.

Se comenzará analizando las muertes por causas externas a las naturales ocurridas en la ciudad, en este grupo se encuentran los homicidios, accidentes de tránsito, suicidios y accidentes varios, en general éstas se han reducido en un 10% en los últimos 4 años.

Como se puede apreciar en la Tabla 30, la cantidad de homicidios ha disminuido en un 6,58% en los últimos 4 años, registrándose un total de 227 casos para el año 2011. Este causal de muerte contribuye con el 21% del total de muertes por causas externas.

Las muertes provocadas por accidentes de tránsito han disminuido considerablemente del 23 al 13 por cada cien mil habitantes, como consecuencia de las reformas a la ley de tránsito, campañas de concientización, etc. Teniendo para el año 2011 un total de 297 casos.

**Tabla 35:** Muertes por causas externas, frecuencias 2003 – 2011

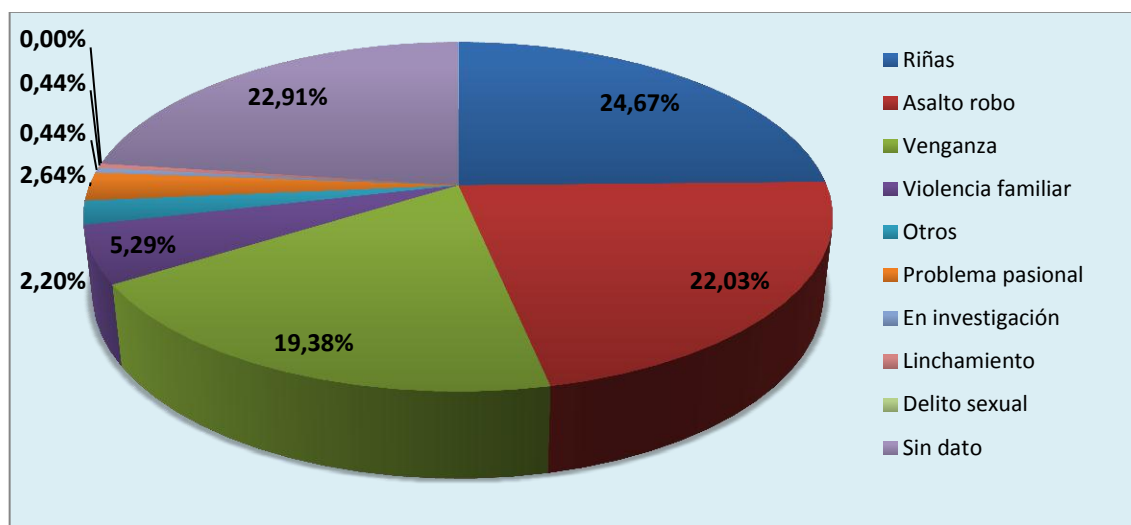
Tipo de Muerte	2007	2008	2009	2010	2011	% Total	Var 07-11
Accidente de tránsito	446	401	409	387	297	27,25%	-33,41%
Accidental	280	294	320	281	359	32,94%	28,21%
Homicidio	243	238	223	290	227	20,83%	-6,58%
Suicidio	208	174	164	178	174	15,96%	-16,35%
Indeterminada	37	66	41	21	33	3,03%	-10,81%
Total general	1214	1173	1157	1157	1090	100,00%	-10,21%

**Fuente:** 16avo Informe de seguridad ciudadana 2011, 13avo informe de seguridad ciudadana 2008. (Observatorio Metropolitano de Seguridad Ciudadana)

**Elaboración:** Eduardo Guerrero

Los principales motivos de homicidio son las riñas, asaltos y venganzas con el 25%, 22% y 19% del total. (Véase el Gráfico 36) .

**Gráfico 36:** Causas que motivaron el cometimiento de homicidios, Quito Año 2011.

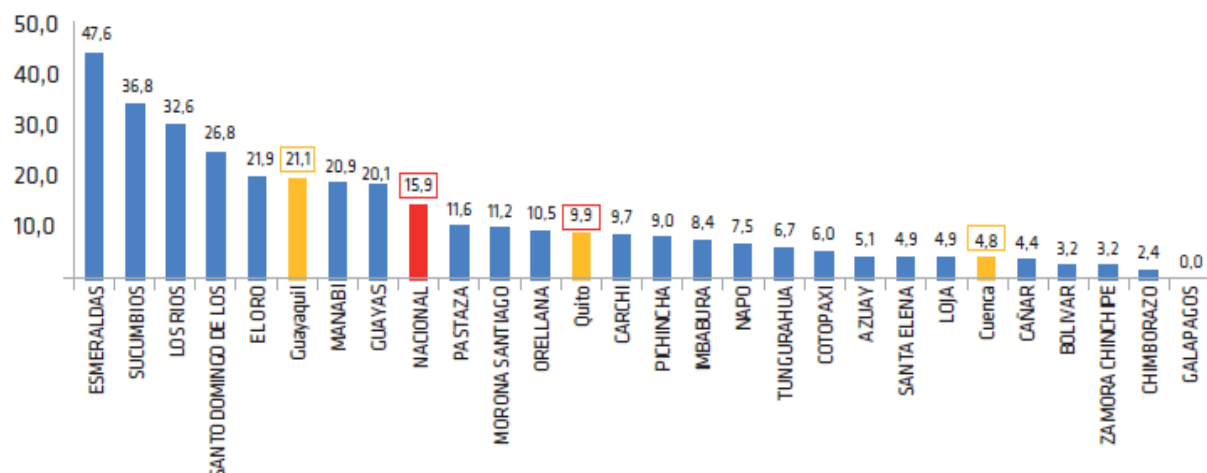


**Fuente:** 16avo Informe de seguridad ciudadana 2011, 13avo informe de seguridad ciudadana 2008. (Observatorio Metropolitano de Seguridad Ciudadana)

**Elaboración:** Eduardo Guerrero

A nivel nacional, Quito tiene el índice de homicidios por cada 100 mil habitantes de (9,9), inferior a Guayaquil (21,1) y al nacional (15,9) pero superior a Cuenca (4,8).

**Gráfico 37:** Homicidios: tasa por cada 100 mil habitantes por provincia y por principales ciudades del País, Año 2011



**Fuente:** Departamento Médico Legal, INEC

**Elaboración:** Observatorio Metropolitano de Seguridad Ciudadana

**Delitos contra personas:** como delitos contra personas se encuentra: asalto y robo, robo y hurto<sup>26</sup>, se puede apreciar en la Tabla 46 que estas modalidades de delito se encuentran en niveles altos. En el mes de marzo de 2009 se decretó la ley reformativa al Código Penal en la cual se estipula como delitos de acción pública los robos en los que el monto supere más de tres salarios mínimos vitales.

Con esta medida se ve afectado el comportamiento de los delitos denunciados en la Fiscalía. Además de esta reforma, en marzo del 2011 se realizó una modificación al mismo artículo en el que se establece que: “únicamente el hurto de objetos robados cuyo valor no supere el 50% de una remuneración básica unificada del trabajador en general, es decir 154 dólares en la actualidad, será contravención”.

De esta manera se advierte que las comparaciones anuales en los últimos tres años se vuelven incorrectas, pues en el año 2009 los delitos disminuyen considerablemente por el cambio de la ley, mas no porque haya dejado de ocurrir delitos.

**Tabla 35:** Delitos contra personas, ciudad de Quito 2009-2011

Tipo de Delito	2009	2010	2011	% Total	Var 10-11
<b>Asalto y Robo</b>	4633	5315	6121	51,23%	15,16%
<b>Robo</b>	2124	3277	4708	39,41%	43,67%
<b>Hurto</b>	132	383	1118	9,36%	191,91%
<b>Total</b>	<b>6889</b>	<b>8975</b>	<b>11947</b>	<b>100,00%</b>	<b>33,11%</b>

**Fuente:** 16avo Informe de seguridad ciudadana 2011 (Observatorio Metropolitano de Seguridad Ciudadana)

**Elaboración:** Eduardo Guerrero

Si se realiza una comparación en función de los promedios mensuales en el periodo que se aplica solo un marco legal, se aprecia que el total de delitos a personas se incrementó en un 20,31% en el año 2011. Los tres tipos de delitos se incrementaron, el hurto presentó mayor crecimiento (132,50%).

Es importante mencionar que los hurtos se encuentran afectados directamente por los cambios a las reformas al Código Penal ya que solamente se consideran delitos de acción pública los hurtos que superen \$600 USD, el delito que implique una cifra inferior deviene imperceptibles los de menor cuantía (Véase la Tabla 36).

<sup>26</sup> **Asalto y robo:** cuando mediante violencia sea esta física o psicológica **CONTRA LAS PERSONAS**, se sustrajere una cosa ajena. **Robo:** cuando mediante violencia o fuerza **ÚNICAMENTE EN LAS COSAS** se sustrajere con ánimo de apropiarse una cosa ajena. **Hurto:** cuando sin violencias ni amenazas contra las personas, ni fuerza en las cosas, sustrajeren valiéndose de engaños o medios ilícitos una cosa ajena.

**Tabla 36:** Delitos contra personas, ciudad de Quito promedios mensuales 2010-2011

Tipo de Delito	Promedio Abr-Dic 2010	Promedio 2011	Var 10-11
Asalto y Robo	481	510	6,03%
Robo	306	392	28,10%
Hurto	40	93	132,50%
Total	827	995	20,31%

**Fuente:** 16avo Informe de seguridad ciudadana 2011 (Observatorio Metropolitano de Seguridad Ciudadana)

**Elaboración:** Eduardo Guerrero

A pesar que la cantidad de homicidios ha disminuido en los últimos años, el delito contra personas presenta cifras elevadas, por lo que será imprescindible establecer políticas para brindar mayor seguridad y confianza en la ciudad. Esto depende sobre todo de las entidades públicas relacionadas y de la estructura institucional y legislativa vigente.

### 3.3.2 Política y Gestión

La Política y Gestión de un destino turístico, constituyen todas las actividades encaminadas a la mejora del atractivo de los recursos básicos que tiene un destino para adaptarlos a las condiciones situacionales. Abarca la gestión de las organizaciones, las actividades de mercadeo, el desarrollo de recursos humanos y la gestión del medio ambiente.

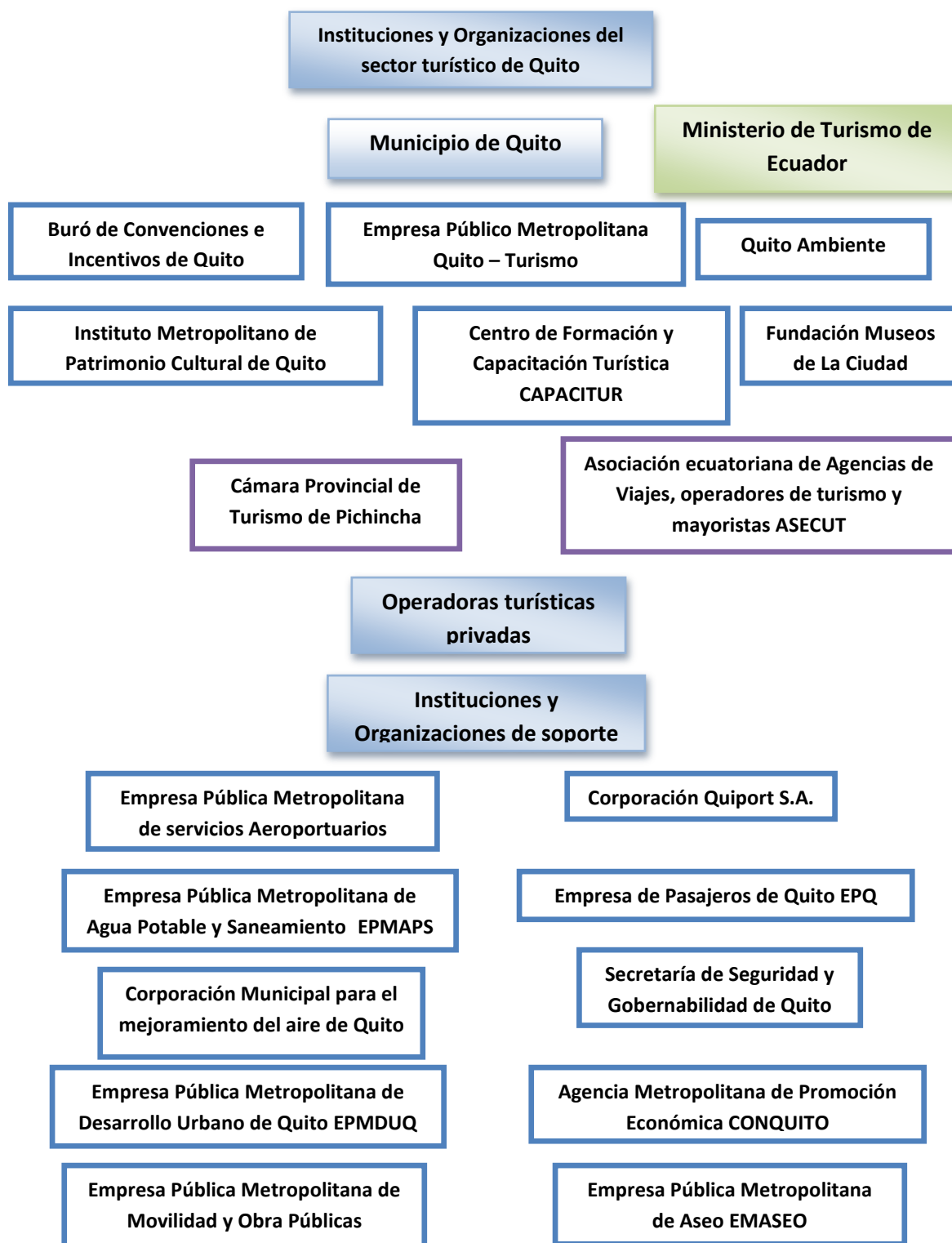
#### 3.3.2.1 Gestión de las Organizaciones

El sector turístico de la ciudad se encuentra organizado y gestionado a través de una cantidad de Instituciones y organizaciones tanto públicas como privadas que permiten su correcto funcionamiento a la vez que planifican su accionar y la situación del mismo en el futuro.

Por un lado se encuentran las instituciones que tienen relación directa con el sector turístico y que fueron concebidas para fomentar su desarrollo, a través de instituciones públicas, operadoras turísticas privadas y cámaras de turismo. Mientras las instituciones públicas se encargan de establecer políticas para evitar fallos de mercado, planificar adecuadamente el sector, prestar servicios que fomenten su crecimiento y reducir problemas relacionados con la desigualdad y la pobreza. Las cámaras de turismo son asociaciones privadas de empresas pertenecientes a los distintos sectores que forman parte del sector turístico. Creadas con el fin de representar a sus miembros ante instancias públicas, así como dar respaldo y soporte, mediante la prestación de servicios especializados que contribuyan con el desarrollo de sus afiliados.

Por otro lado se encuentran instituciones que inciden de forma indirecta en el desarrollo del sector, estas guardan relación con la gestión y el mantenimiento de los factores y recursos de soporte (Véase el Gráfico 38).

**Gráfico 38:** Instituciones y organizaciones vinculadas al sector turístico y de soporte



Elaboración: Eduardo Guerrero



A continuación se hará una breve referencia de las principales instituciones vinculadas con el sector turístico de la ciudad y los fines para los cuales fueron concebidas.

La ciudad de Quito es la única ciudad del país que cuenta con una institución dedicada íntegramente al fomento del desarrollo turístico: La Empresa Metropolitana Quito Turismo, junto con ésta se articulan otras instituciones que de igual manera contribuyen con su desarrollo, como la Fundación Museos de la Ciudad, el Instituto Metropolitano de Patrimonio cultural, entre otras, las cuales han sido creadas con los siguientes fines<sup>27</sup>:

**Empresa Metropolitana Quito Turismo:** la institución se concibe con el fin de Desarrollar y promocionar turísticamente al Distrito Metropolitano de Quito, en alianza con otras instituciones del sector, en beneficio del visitante local, nacional y extranjero, tendiendo a promover las mejores prácticas de calidad, sostenibilidad e innovación.

Cuenta con un marco legal que sustenta su gestión enmarcado en base a la Ordenanza No. 309, publicada en el 2010, mediante la cual se determina su creación y se establecen los siguientes objetos:

- a) Desarrollar la actividad turística del Distrito Metropolitano de Quito, tal como la generación y reconversión de nuevos productos turísticos, adecuación de la infraestructura turística, capacitación, formación y profesionalización en el sector turístico, entre otras.
- b) Promocionar el Distrito Metropolitano de Quito como destino turístico nacional e internacional.
- c) Coordinar las actividades del Fondo de Promoción y Desarrollo Turístico.
- d) Fomentar la inversión en el sector turístico, a través de cualquier instrumento o sistema.
- e) Realizar investigaciones y estudios de la oferta y demanda turística y la producción de instrumentos de planificación y gestión en el sector turístico.
- f) Desarrollar, en el marco de la legislación vigente, rubros de negocios relacionados, directa o indirectamente, con las actividades turísticas previstas en la legislación ecuatoriana, en coordinación con otras empresas.
- g) Prestar servicios públicos, a través de la infraestructura a su cargo, como participe o integrador de la actividad de ferias, eventos y convenciones.
- h) Prestar servicios públicos, relacionados con la gestión de Quito como destino turístico en todos los ámbitos de la actividad turística (Planificación Estratégica Quito Turismo 2012).

Según la opinión de varias operadoras turísticas, existe una muy buena coordinación entre Quito-Turismo y los operadores turísticos, para la organización de eventos y ferias, así como para la realización de planes de gestión para el desarrollo del sector turístico en la ciudad.

**Buró de Convenciones e Incentivos de Quito:** es una organización independiente que agrupa y coordina a los diferentes sectores de la actividad turística y afines, involucrados en la realización de congresos, convenciones, ferias, exposiciones, viajes de incentivos y eventos nacionales e internacionales para

---

<sup>27</sup> El fin corresponde a La Misión que se ha propuesto cada institución.

garantizar el perfecto desarrollo de cualquier acto en la ciudad y para promover la capital de Ecuador como ciudad de encuentros.

Esta organización cuenta con el apoyo de los organismos oficiales del sector, como son el Ministerio de Turismo, Ministerio de Relaciones Exteriores, Municipio de Quito, Cámara Provincial de Turismo.

**Cámara de Turismo de Pichincha (CAPTUR):** fue creada como una iniciativa de los empresarios privados, es el máximo representante de la actividad turística privada de la provincia y agrupa a todas las empresas pertenecientes a las cinco actividades turísticas reconocidas (Hotelería y Hospedaje, Agencias de Viaje, Transporte Aéreo y Terrestre, Alimentos y Bebidas y Locales de eventos y convenciones) con el fin de “representar, respaldar y fortalecer a sus afiliados, mediante la prestación de servicios especializados que contribuyan, con calidad, al desarrollo del sector, especialmente los relacionados a la promoción de la provincia, en beneficio del turista y del país”

**Instituto Metropolitano de Patrimonio Cultural de Quito:** el instituto tiene como misión “Registrar, proteger y promocionar el Patrimonio Cultural y de manera particular las Áreas Históricas del DMQ; para ello, busca concertar con la comunidad y con los tenedores de bienes patrimoniales”.

**Quito Ambiente:** este portal es el resultado de la colaboración entre el Municipio de Quito, la Secretaría de Ambiente, el Colegio de Ciencias Biológicas y Ambientales y el Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas de la Universidad San Francisco de Quito. El portal es un espacio para compartir información en temas de educación ambiental que aporten al conocimiento, valoración, manejo y conservación de la biodiversidad y los recursos naturales del Distrito Metropolitano de Quito.

**La Fundación Museos de Quito:** es una persona jurídica de derecho privado, con finalidad social, sin fines de lucro, que tiene como función y responsabilidad principal participar en la educación ciudadana y contribuir en la promoción, desarrollo y gestión cultural en el Distrito Metropolitano de Quito, y por encargo de la Ilustre Municipalidad de la Ciudad, la administración de los Museos de la Ciudad y de otras instancias y o responsabilidades que se conviniera. La Fundación tiene como objetivo institucional básico contribuir con la educación ciudadana, educación en valores, promoción, desarrollo y gestión cultural en el Distrito Metropolitano de Quito.

**Centro de Formación y Capacitación Turística (CAPACITUR):** es una institución creada tras un convenio de cooperación suscrito entre el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito y la Cámara de Turismo de Pichincha, en el año 2001. El objetivo del Centro de Formación y Capacitación Turística es la formación integral y capacitación tanto del personal operativo como del administrativo en las empresas turísticas para elevar la calidad del servicio y la competitividad del sector.

### **3.3.2.2 Marketing Turístico**

Tomando en cuenta que la publicidad es la que permite que un producto sea conocido por posibles clientes y con lo cual sea comercializado, la elaboración de un Plan de Marketing es fundamental para el

posicionamiento de un destino turístico. La preparación del mismo supone actuar en función de varios objetivos:

- Aumentar el número de turistas internacionales y nacionales.
- Mejorar el nivel de gasto por turista.
- Incrementar la estancia media por turista.
- Aumentar la oferta de turismo de calidad en los segmentos que lo necesitan, y consolidar la oferta de calidad conseguida.
- Consolidar la imagen turística alcanzada en los mercados prioritarios.
- Continuar con el posicionamiento de la imagen turística a nivel internacional y nacional.
- Posicionar a Quito como un destino comprometido con el turismo sostenible.
- Mejorar la competitividad turística de la ciudad.

**Estrategia de producto:** Quito – Turismo con su Plan Q 2012 ha establecido un paquete con 9 propuestas turísticas para promocionar los atractivos de la ciudad y sus alrededores. En la ciudad figuran el Centro Histórico, La Mariscal, Miradores, Pueblos y las Nueve Vidas de Quito. Como parte de los atractivos cercanos se encuentra: La Mitad del Mundo, Otavalo, Papallacta el Cotopaxi y el Intisana.

**Gráfico 39:** Propuesta turísticas Ciudad de Quito



**Fuente y Elaboración:** Quito-Turismo *Plan estratégico de turismo de Quito, Plan Q 2012.*

<http://www.optur.org/quito-plan-turistico-2012.html>

En esta selección que forma parte del producto turístico de la ciudad, se recomendaría incluir al Bosque Nublado de Mindo por su belleza y diversidad natural, así como por la cercanía con la ciudad.

Estas nueve propuestas como productos específicos, son enmarcadas en 8 temáticas distintas, con las cuales se pretende establecer rutas y paquetes de acuerdo a las necesidades y preferencias del turista.

Con las propuestas turísticas que promociona la ciudad se puede constatar que la oferta del producto turístico es diversa y está dirigida a distintos mercados. La estrategia del producto debe potenciar los atractivos ya consolidados y a su vez fomentar el desarrollo de nuevos para que los beneficios del turismo sean distribuidos por toda la sociedad.

#### Gráfico 40: Propuesta temáticas Ciudad de Quito



**Fuente y Elaboración:** Quito-Turismo *Plan estratégico de turismo de Quito, Plan Q 2012*.

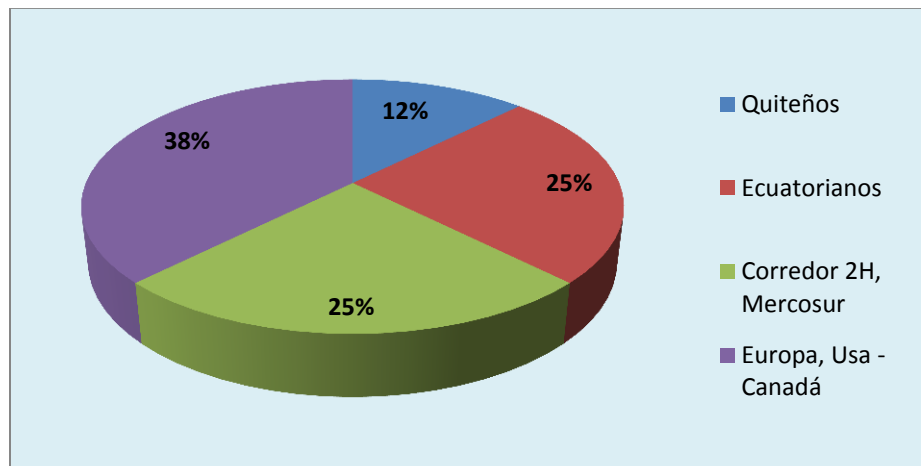
<http://www.optur.org/quito-plan-turistico-2012.html>

Según Paulina Burbano de Lara, es necesario hacer esfuerzos por elevar el nivel del ya reconocido centro histórico realzando su imagen, incrementado la seguridad y preservando adecuadamente sus atractivos. Junto con ésto se debería establecer estrategias para posicionar productos como las artesanías o la gastronomía de la ciudad, que tiene un potencial inmenso de crecimiento y reconocimiento mundial.

**Estrategia de Mercado:** El establecimiento de mercados objetivo es fundamental para dirigir adecuadamente los recursos según las prioridades de comercialización, que estarían en función al tipo de turista al cual se quiere hacer llegar la propuesta. Quito – Turismo ha priorizado la inversión en promoción y publicidad al mercado internacional, en este grupo figura Estados Unidos, Canadá y Europa con el 38% del presupuesto, el Corredor 2H<sup>28</sup> y el Mercosur con el 25%. Se ha dejado un 25% para promoción a ecuatorianos y un 12% para quiteños (Véase el gráfico 41).

<sup>28</sup> Se refiere a los países que están a menos de tres horas de vuelo del Ecuador, que pueden considerarse como mercados cercanos (Venezuela, Panamá, Colombia, etc.) según el Ministerio de Turismo.

**Gráfico 41:** Asignación presupuestaria, Promoción y Publicidad según prioridades



**Fuente:** Quito-Turismo, *Plan estratégico de turismo de Quito, Plan Q 2012*

**Elaboración:** Eduardo Guerrero

**Imagen de marca y mensaje permanente:** Junto con la estrategia de producto y mercado ya mencionada, es necesario consolidar la imagen de marca, la misma que según Weilbacher (1993) es el conjunto de características y elementos que determinan la percepción del receptor. Dichas características y elementos envían mensajes positivos o negativos al receptor de esa Imagen. Constituyendo de esta manera como la opinión que se forman las y los consumidores reales o potenciales del destino turístico. La imagen se configura como el resultado de todas las impresiones recibidas, independientemente de la fuente de donde provengan.

Según Paulina Burbano de Lara, la imagen política que mantiene el país en el exterior, no influye en la decisiones que toman las y los turistas ha la hora de planificar su viaje, a menos que exista un evento de seguridad como secuestros, desastres naturales, etc.

Para la consolidación de la imagen que se pretende establecer de la ciudad, se deberán incluir: la importancia de Quito, como ciudad Patrimonio de la Humanidad, reafirma su historia con la modernidad, así como destacar su diversidad natural y el compromiso con la seguridad. El decálogo para la ciudad de Quito elaborado por Quito-Turismo recoge las siguientes ideas:

- Quito, Destino Líder del Turismo de Ecuador
- El reconocimiento del Patrimonio de la humanidad
- Una de las ciudades más bellas de Latinoamérica
- Quito es mucho más
- Liderazgo en congresos

A partir de estas ideas se establece la visión de Quito como un destino turístico, la cual recoge las principales fortalezas y enuncia el posicionamiento deseado para el futuro.

**Gráfico 42:** Componentes de la Visión de Quito como destino Turístico



**Fuente:** Quito-Turismo *Plan estratégico de turismo de Quito, Plan Q 2012*

**Elaboración:** Eduardo Guerrero

A pesar de la importante gestión que viene realizado Quito-Turismo para promocionar a la ciudad en el mercado extranjero, según Paulina Burbano de Lara, ciudades como Lima o Bogotá están teniendo un posicionamiento acelerado en los últimos años. Por lo que será necesario evaluar adecuadamente la eficiencia de los canales de promoción utilizados y a su vez ampliar y diversificar los canales de promoción.

### 3.3.2.3 Desarrollo del Recurso Humano

Siendo el talento humano el eje a través se fundamenta una actividad económica, el manejo adecuado del mismo debe dar prioridad a la formación de profesionales capacitados para brindar un servicio de calidad y conseguir la eficiencia en los procesos de producción. Con ésto la ciudad de Quito, en términos turísticos podrá insertarse adecuadamente en los mercados internacionales.

Este proceso se desarrollará través de un amplio conjunto de acciones que cubran desde la investigación a la formación profesional y directiva. Quito-Turismo ha estructurado 5 proyectos (Plan Q 2012, Quito Turismo):

**Red de facultades de turismo:** Para la definición y preparación de proyectos de investigación relacionados con el turismo de Quito y la determinación conjunta de los programas y contenidos de la formación universitaria y de postgrado.

**Buenas prácticas de turismo sostenible:** Creación de un premio anual dirigido a empresas e instituciones que hayan efectuado actividades que puedan ser referentes para la necesaria renovación de lo existente, bajo el enfoque de sostenibilidad.

**Distintivo “Q”:** El proyecto incluye la capacitación constante al personal que interviene en los negocios que obtengan el distintivo.

**Turismo, un buen negocio:** Proyecto dirigido a la sensibilización de la población en general, y de los colectivos de jóvenes en particular, para que el turismo sea percibido como un sector estratégico clave de la ciudad y de la mejora de la calidad de vida en la misma.

**Quito Turismo, trasladando el conocimiento:** Proyecto que pretende mejorar la información que la organización tiene sobre la evolución turística en el mundo y también que actúa bajo criterios de alto nivel en la realización de actividades de formación para el sector turístico de la ciudad.

### **3.3.2.4 Gestión del medio ambiente**

La ciudad de Quito en el área urbana como rural enfrenta varios problemas relacionados a la contaminación del aire, el agua y el suelo. Según Rendón Alicia (2008) estos problemas derivan de las formas de vida que mantienen sus ciudadanos y de la manera cómo se relacionan con la naturaleza y con los recursos que ella ofrece, el establecimiento del modo de producción capitalista, en el cual un mejor nivel de vida está asociado al consumo de más mercancías, acelera la producción de desechos considerados inútiles o inutilizables, los cuales saturan los espacios e impactan en la naturaleza<sup>29</sup>.

Las actividades humanas contaminan los espacios pues como producto de estas se encuentran residuos que la naturaleza no está en capacidad de absorber, afectando la salud de plantas, animales y del ambiente en general, pues son elementos que no estuvieron presentes en el desarrollo de la vida hace no muchos años.

Según Quito-Ambiente:

*Los residuos son desperdicios o materiales sobrantes de las actividades humanas domésticas, comerciales e industriales. Por su contenido se clasifican en gaseosos, líquidos y sólidos; y por su origen en orgánicos e inorgánicos. Estos residuos pueden contaminar el aire, el agua y el suelo afectando a la salud humana y al ambiente.*

---

<sup>29</sup> Para mayores detalles sobre el manejo de desechos sólidos en la ciudad de Quito, revisar: Guía para la práctica docente en el manejo integral de residuos sólidos urbanos: <http://www.quitoambiente.com/index.php/documentos-gestion-ambiental>

Diferentes actividades como el crecimiento del parque automotriz, el consumo excesivo de energía, el aumento de la producción de desechos y la deforestación, constituyen algunos de los principales problemas ambientales que tiene la ciudad y que comprometen el desarrollo del sector turístico en el futuro. Esto está despertando la necesidad urgente de llegar a manejar el desarrollo de la vida humana en términos sustentables, no solo en función de las futuras generaciones humanas, sino de toda la vida que habita sobre el planeta.

Si se estima que uno de los pilares del sector turístico constituye la calidad del medio ambiente, la gestión ambiental en la ciudad, es entonces la herramienta que permitirá un desarrollo sostenible no solo del sector turístico, sino de todos los sectores económicos. Con el fin de lograr un equilibrio entre el crecimiento de la población, la conservación y el uso racional de los recursos y el desarrollo económico-social (Quito-Ambiente).

A continuación se analizarán las principales fuentes de contaminación ambiental en la ciudad y su impacto en elementos como el aire, tierra y agua.

**a) Contaminación del Aire:** la calidad del aire está directamente influenciada por la distribución e intensidad de las emisiones de contaminantes vehiculares e industrial. Juega un papel clave la topografía y las condiciones atmosféricas, que cambian significativamente a lo largo y ancho del Distrito (Informe Anual 2011 – La Calidad del Aire en Quito, CORPAIRE<sup>30</sup>).

En el DMQ se destacan algunas áreas que llaman la atención en cuanto a la contaminación del aire, especialmente relacionadas con un alto tráfico vehicular, algunas de los cuales han ido ganando importancia en los últimos años, en zonas de alto tráfico vehicular como La Marín, Necochea, Basílica y Triángulo, persisten las excedencias a la Norma de Calidad del Aire.

La circulación de los automotores genera emisiones de gases contaminantes y produce altos niveles de ruido. Cada año en Quito se emiten alrededor de 2.740 toneladas de sustancias contaminantes a la atmosfera, de las cuales el 53% son producidas por el parque automotor, sobre todo en el centro urbano, el 47% restante proviene de los sectores industrial, comercial y minero en áreas específicas. (Plan Maestro de Movilidad 2009-2025 para el Distrito Metropolitano de Quito - EPMMOP).

#### **Estado actual del aire en la ciudad**

Según el Informe anual de calidad del aire en Quito año para el año 2011, el mismo que se basa en función de los datos proporcionados por la Red Metropolitana de Monitoreo Atmosférico de Quito (REMMAQ) de la Secretaría de Ambiente. Los principales problemas del aire de Quito están relacionados con la presencia de material particulado (PM) y partículas sedimentables.

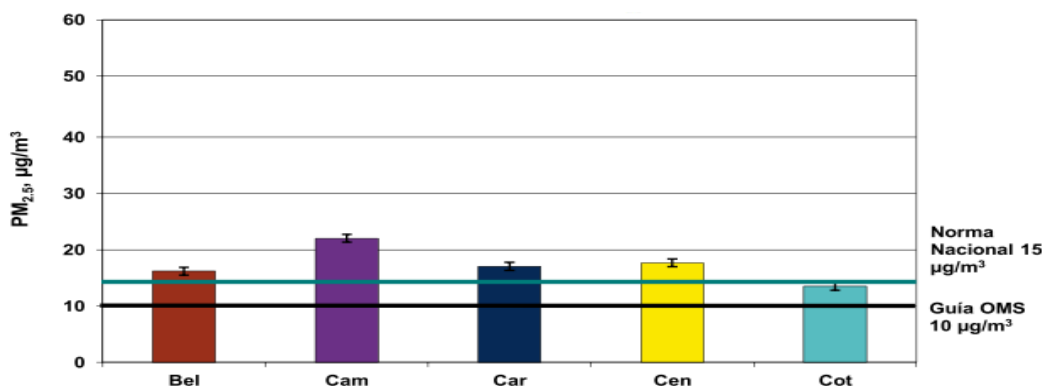
---

<sup>30</sup> El informe presenta sus resultados en función de la nueva Norma de Calidad de Aire Ambiente reformada en abril de 2011.



**Material particulado fino<sup>31</sup> (PM<sub>2.5</sub>):** Las concentraciones promedio anuales de PM<sub>2.5</sub> de El Camal (21.6 µg/m<sup>3</sup>), Centro (18.1 µg/m<sup>3</sup>), Carapungo (17.6 µg/m<sup>3</sup>) y Belisario (16.9 µg/m<sup>3</sup>), exceden la concentración máxima permitida por la Norma Ecuatoriana (15 µg/m<sup>3</sup>).

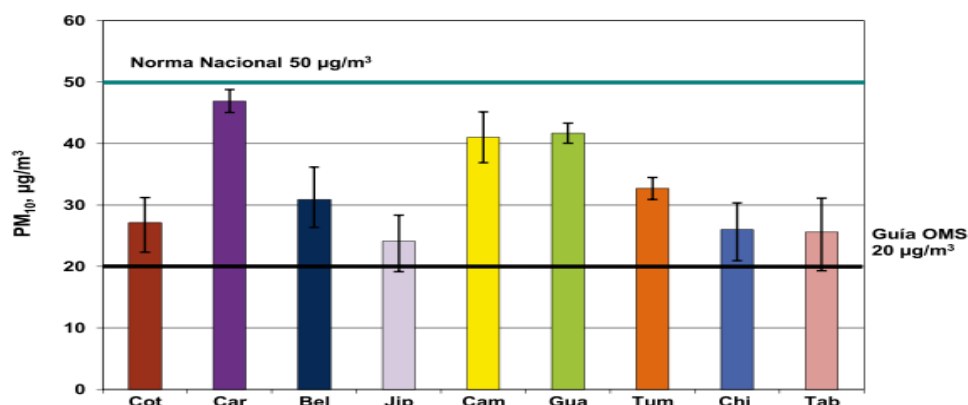
**Gráfico 43:** Promedios anuales PM<sub>2.5</sub> (µg/m<sup>3</sup>) año 2011 por estación



**Fuente y elaboración:** Secretaría de ambiente, *Informe anual 2011, de la calidad del aire de Quito*

**Material particulado grueso<sup>32</sup> (PM<sub>10</sub>):** Si bien se observa en el gráfico 35 que ninguna estación supera el nivel establecido en la NCAA (50 µg/m<sup>3</sup>). En las estaciones de Cotocollao, Belisario, Jipijapa, El Camal, Los Chillos, Tababela, Carapungo, Guamaní y Tumbaco la cantidad de material particulado excede en todos los casos la norma impuesta por la OMS.

**Gráfico 44:** Promedios anuales PM<sub>10</sub> (µg/m<sup>3</sup>) año 2011 por estación



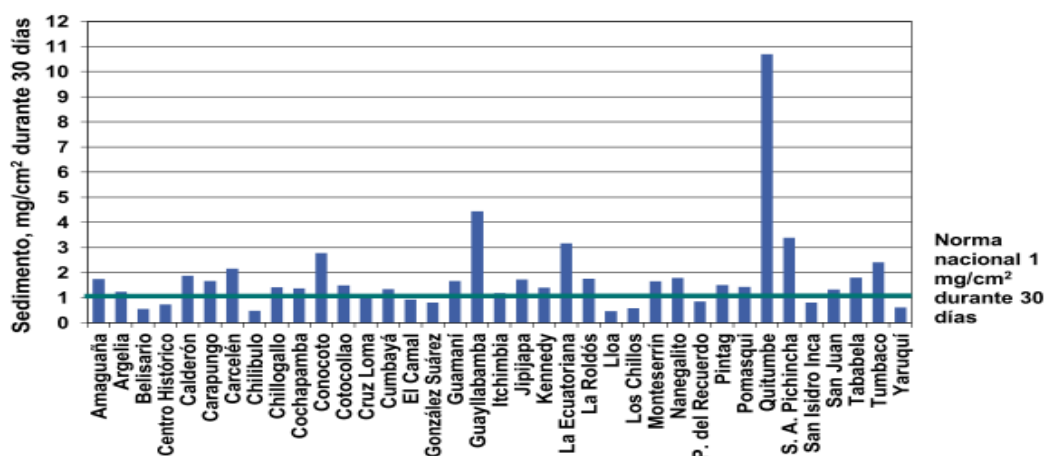
**Fuente y elaboración:** Secretaría de ambiente, *Informe anual 2011, de la calidad del aire de Quito*

<sup>31</sup> Material Particulado suspendido menor a 2.5 micrones, proviene de procesos de combustión (industrias, generación termoeléctrica), incendios forestales y quemas. Purificación y procesamiento de metales. Afecta y favorece el apareamiento de enfermedades cardiovasculares (CORPAIRE 2012).

<sup>32</sup> Material particulado suspendido menor a 10 micrones. Partículas de material sólido o gotas líquidas. Pueden presentarse como aerosoles, polvo, niebla, humo, hollín, etc. Proviene de la erosión eólica, tráfico en vías sin pavimento, actividades de construcción, procesos de combustión (industria y vehículos). Puede causar irritación en vías respiratorias, causando el deterioro de las vías respiratorias, siendo muy perjudicial en exposiciones a largo plazo (CORPAIRE 2012).

**Partículas Sedimentables**<sup>33</sup>: las partículas sedimentables presentan excedencias a la Norma (1.0 mg/cm<sup>2</sup> durante 30 días) todos los meses del año en Quitumbe, probablemente asociados a los trabajos de adoquinamiento del sector; adicionalmente, como en años anteriores, Guayllabamba, San Antonio de Pichincha y Conocoto también presentan excedencias en casi todos los meses.

**Gráfico 45:** Concentraciones mensuales máximas de partículas sedimentables (mg/cm<sup>2</sup> durante 30 días) año 2011 por estación



**Fuente y elaboración:** Secretaría de ambiente, *Informe anual 2011, de la calidad del aire de Quito*

**Dióxido de Nitrógeno:** las zonas en las que se supera la norma anual de 40 µg/m<sup>3</sup> son las siguientes: la plazoleta La Marín, la calle Necochea y el sector de la Basílica; y, en segundo lugar, Cumbayá, Monteserrín, el sector de la Maternidad Isidro Ayora y el sector de la Escuela Sucre. Este incremento en la contaminación, es causado potencialmente por el incremento de la flota vehicular.

**Monóxido de Carbono:** no se registra excedencias a la Norma en ninguno de los sectores monitoreados. En general, las concentraciones de este contaminante se redujeron gradualmente a lo largo del tiempo, desde la instauración de la Revisión Técnica Vehicular en Quito y la introducción de vehículos más eficientes energética y ambientalmente a nivel nacional.

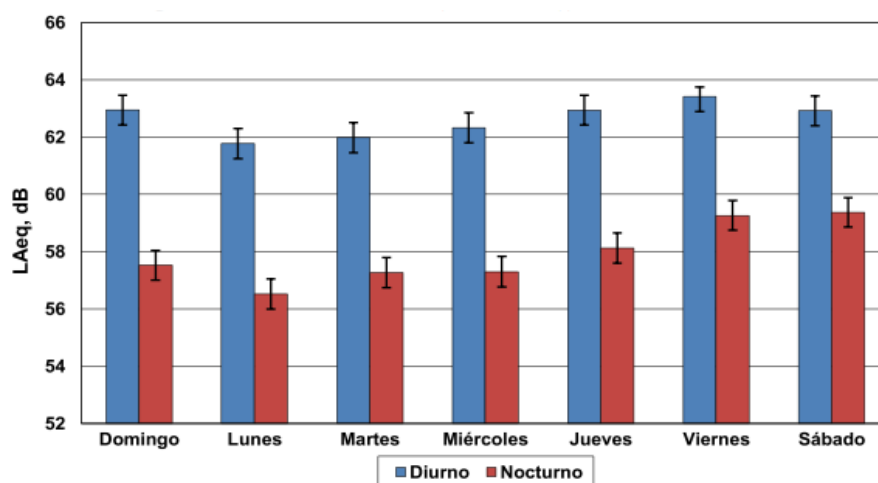
**Contaminación Auditiva:** el ruido es todo sonido indeseable que molesta o perjudica a las personas. La contaminación por ruido es un problema que afecta a la salud y la tranquilidad de los habitantes de un lugar. Constituye un fenómeno típico de las grandes ciudades con grandes aglomeraciones, que contienen un parque industrial y automotor significativo.

<sup>33</sup> Material particulado en general de tamaño mayor a 10 micrones. Partículas gruesas de tierra y polvo tóxicos, provienen de la erosión eólica, tráfico en vías sin pavimento, actividades de construcción, molienda y aplastamiento de rocas. Puede producir irritación de garganta y mucosas (CORPAIRE 2012).

En los centros urbanos de comercio y negocios es causado en gran parte por el flujo vehicular de transporte pesado (sobre todo los que presentan tecnologías antiguas) y en menor medida por el flujo de vehículos livianos (Quito-Ambiente).

En niveles entre 50 y 60 dB el ruido causa molestia. Como se puede apreciar en el gráfico 40, en la ciudad se presentan niveles elevados de ruido todos los días de la semana, sobre todo en lugares con alto tráfico vehicular. La hora que presenta mayor intensidad se ubica a las 12 del día (Informe Anual 2011 – La Calidad del Aire en Quito, CORPAIRE).

**Gráfico 46:** Nivel sonoro continuo equivalente (LAeq)<sup>34</sup> para estaciones de ruido



**Fuente y elaboración:** Secretaría de ambiente, *Informe anual 2011, de la calidad del aire de Quito*

El nivel sonoro diurno es aproximadamente 6 dB más elevado que el nivel nocturno durante todos los días de la semana a excepción de los días viernes y sábado donde el nivel de sonido nocturno se incrementa.

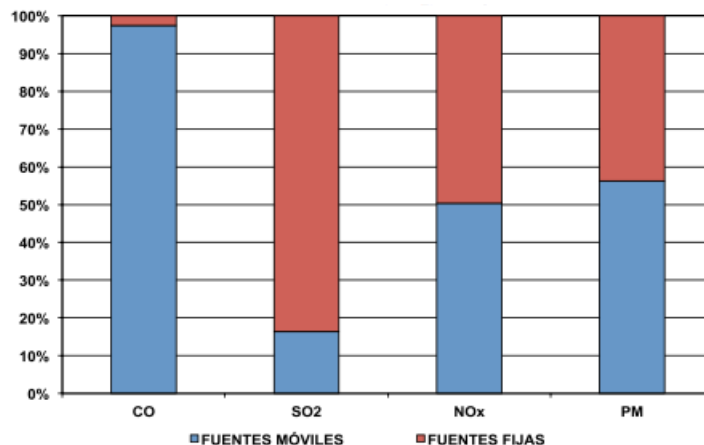
#### **Fuentes de contaminación del aire**

En el gráfico 41 se puede apreciar la diferencia entre las emisiones debidas a fuentes fijas y fuentes móviles en la ciudad, para contaminantes como el CO, SO<sub>2</sub>, NO<sub>x</sub><sup>35</sup> y material particulado (PM). Del total de emisiones, las emisiones de CO son debidas esencialmente a fuentes móviles mientras que para el caso de SO<sub>2</sub>, las fuentes fijas son las principales responsables. El aporte de fuentes fijas y móviles para emisiones de NO<sub>x</sub> y material particulado PM es similar.

<sup>34</sup> El nivel sonoro continuo equivalente, (LAeq), se define como la media energética del nivel de ruido promediado en el intervalo de tiempo de medida y en un lugar determinado. Este parámetro es básico para cualquier medida de ruido. Su definición se encuentra en la mayoría de las normas de medida de ruido y de la legislación actual sobre protección acústica.

<sup>35</sup> Contaminantes derivados de la quema de combustible, emitidos por fuentes fijas y móviles en la ciudad: CO (Monóxido de Carbono) Es un gas incoloro, inodoro e insípido. No irrita - no hace toser- pero es muy venenoso, pues inhibe la absorción de oxígeno por parte del cuerpo; SO<sub>2</sub> (Dióxido de azufre) Es un gas incoloro que resulta irritante a concentraciones elevadas; NO<sub>x</sub> (Óxidos de nitrógeno) Los óxidos de nitrógeno pueden contribuir a la formación de ozono fotoquímico (smog o niebla contaminante) y tener consecuencias para la salud. También contribuye al calentamiento global y puede provocar lluvia ácida.

**Gráfico 47:** Porcentaje de emisiones de fuentes fijas y fuentes móviles en el DMQ



**Fuente y elaboración:** Secretaría de ambiente, *Informe anual 2011, de la calidad del aire de Quito*

**b) Residuos sólidos y contaminación de la Tierra y el agua:** la ciudad de Quito es un referente en términos políticos y económicos para el Ecuador, el crecimiento de la población es inevitablemente un fenómeno derivado de estos factores. Este, junto con los hábitos de consumo imperantes en la sociedad actual, generan una gran cantidad de residuos sólidos que contaminan el suelo, el agua y el aire, por lo que deben someterse a una correcta gestión.

Todo producto tiene una cadena de producción hasta el consumo y disposición final. En cada paso de la producción se utilizan recursos y se producen residuos o desechos, esto también sucede en el proceso de comercialización y consumo final. La problemática de los residuos sólidos está establecida por la limitada capacidad de la naturaleza para acoger la creciente generación de residuos y por el agotamiento o la progresiva disminución de la disponibilidad de los recursos. Los residuos no son otra cosa que recursos naturales desaprovechados que la naturaleza no está en capacidad de asimilarlos. (Atlas ambiental del Distrito Metropolitano de Quito- 2008).

La basura constituye un elemento que contamina el ambiente. En la ciudad afecta calles, parques, quebradas, ríos, terrenos baldíos, etc.

En el 2012, la ciudad ha generado un promedio diario de 1.619 toneladas basura, con una producción per cápita diaria de 0.71 kg.<sup>36</sup> Estos desechos son depositados en el relleno sanitario de El Inga, lo que implica el uso de grandes recursos para su recolección, transporte, transferencia y disposición final (EMASEO, 2012).

La basura que no se dispone adecuadamente se descompone, genera mal olor y sustancias que permiten el desarrollo de bacterias y parásitos que se propagan por el aire y a través de corrientes de agua,

<sup>36</sup> Para conocer mas detalles revisar los índices de gestión de EMASEO 2012, [http://www.emaseo.gob.ec/documentos/2012/indices\\_gestion\\_octubre2012.htm](http://www.emaseo.gob.ec/documentos/2012/indices_gestion_octubre2012.htm)

además de brindar un ambiente propicio para la proliferación de ratas, ratones, insectos, los cuales se convierten en vehículos de dispersión de gérmenes. Contaminan el suelo y agua que en muchos casos servirán para cultivar productos o para el consumo directo en el caso de las personas que no tienen un sistema de agua potable. Provocando enfermedades infecciosas, especialmente en la población infantil. Rendón Alicia (2008b). La basura además contamina visualmente los espacios, al estar aglomerada en plazas, calles, parques, etc. Lo que perjudica a la imagen que transmite un destino turístico.

**Composición de los residuos sólidos:** La basura recogida de la ciudad de Quito está compuesta por: orgánicos 60.5%, papel 7%, plástico 5,90%, cartón 2.8%, metales 2.8% y 2.9% de vidrio. También se encuentran residuos tóxicos domésticos como son las pilas, baterías, medicamentos caducados, etc. (EMASEO, 2012).

Como se puede apreciar, casi el 40% del total de residuos, podrían ser reciclados. Pues estos son los que más tiempo tardan en degradarse y los que más impacto provocan en el medio ambiente. Por otro lado, gran parte de los desechos orgánicos podrían ser convertidos en abono.

En el Distrito Metropolitano de Quito hay varias instituciones que se encargan del manejo de residuos. Sin embargo, la producción de desechos que llegan a los rellenos sanitarios y centros de transferencias sin ninguna separación es cada vez mayor. El reciclaje por parte de la ciudadanía es limitado pues todavía no existe una conciencia colectiva sobre la importancia del manejo de residuos.

#### **3.3.2.4.1 Manejo y disminución de contaminantes**

La ciudad de Quito en los últimos años ha implementado las siguientes herramientas para el control y manejo de contaminantes:

**a) Red Metropolitana de Monitoreo Atmosférico de Quito (REMMAQ):** la REMMAQ, se creó para vigilar los niveles de contaminación atmosférica en el Distrito Metropolitano de Quito y generar información en función del índice de calidad del aire en la ciudad (IQCA) (Véase la tabla 37).

La Red de Monitoreo fue dirigida desde el año 2004 hasta finales del 2010, por la CORPAIRE. A partir de entonces, pasó a formar parte de la secretaria de Ambiente de la ciudad. La REMMAQ contó en el año 2011 con 8 estaciones automáticas (Carapungo, Cotocollao, Belisario, centro, El Camal, Guamaní, Los Chillos y Tumbaco) y 35 puntos de monitoreo pasivo, en donde se puede analizar los siguientes compuestos presentes en el ambiente: CO, NO<sub>2</sub>, O<sub>3</sub>, SO<sub>2</sub>, PM<sub>2,5</sub> y PM<sub>10</sub>.

A demás se cuenta con la Red de depósito (REDEP) que registra las cantidades de partículas sedimentables, existen 35 puntos de monitoreo en la ciudad.

**Tabla 37:** índice de calidad del aire en la ciudad, límites numéricos ( $\mu$  g/m<sup>3</sup>)

Rango	Categoría	CO <sup>a</sup>	O <sub>3</sub> <sup>b</sup>	NO <sub>2</sub> <sup>c</sup>	SO <sub>2</sub> <sup>d</sup>	PM <sub>2.5</sub> <sup>e</sup>	PM <sub>10</sub> <sup>f</sup>
0 – 50	Nivel deseable u óptimo	0 – 5000	0 – 50	0 – 100	0 – 62.5	0 – 25	0 – 50
51 – 100	Nivel aceptable o bueno	5001 – 10000	51 – 100	101 – 200	63.5 – 125	26 – 50	51 – 100
101 – 200	Nivel de precaución	10001 – 15000	101 – 200	201 – 1000	126 – 200	51 – 150	101 – 250
201 – 300	Nivel de alerta	15001 – 30000	201 – 400	1001 – 2000	201 – 1000	151 – 250	251 – 400
301 – 400	Nivel de alarma	30001 – 40000	401 – 600	2001 – 3000	1001 – 1800	251 – 350	401 – 500
401 – 500	Nivel de emergencia	> 40000	> 600	> 3000	> 1800	> 350	> 500

**Fuente y elaboración:** Secretaría de ambiente, *Informe anual 2011, de la calidad del aire de Quito*

**b) Revisión técnica vehicular:** a fin de disminuir los efectos de la contaminación ambiental derivados del tráfico vehicular, a partir del año 2003 se implementaron los centros de revisión vehicular, a los cuales deben acudir obligatoriamente cada año, todos los vehículos que circulan en el Distrito y dos veces al año los buses de transporte público y comercial. Administrados inicialmente por la CORPAIRE hasta el 2009 para luego pasar a la secretaría de Movilidad.

Este sistema de control ha incidido en la disminución de las emisiones contaminantes y en el mejoramiento del estado mecánico del parque vehicular. Al momento cuenta con 6 puntos de revisión, 3 al norte y 3 al sur de la ciudad.

Pese a los resultados positivos del establecimiento de los centros de revisión vehicular, el crecimiento de la contaminación es correspondiente al incremento del parque automotor y a la matriz energética vehicular, lo que implica seguir utilizando la gasolina y diesel como combustibles fundamentales. Es por esto que es imprescindible aplicar de manera permanente políticas de movilidad sustentable, que permitan el desarrollo de esta actividad en términos más amigables con el ambiente.

**c) Red de Monitoreo de Ruido Ambiente (REMRA):** en agosto de 2010 inició la implementación de la REMRA para el DMQ. Esta red se compone actualmente de tres estaciones fijas que miden continua y permanentemente el ruido ambiental que se genera en puntos al norte, centro y sur de la ciudad. Las estaciones se ubican en el sector Jipijapa, Centro y Camal.

En el Distrito Metropolitano de Quito, los niveles máximos de ruido producido por fuentes fijas, permitidos por zona de uso del suelo se indican a continuación (Véase la tabla 38).

**Tabla 38:** Niveles de ruido permitidos en zonas según uso del suelo en Quito.

Tipo de zona según uso del suelo	Nivel de presión sonora equivalente dB (A)	
	de 06 am a 20 pm	de 20 pm a 06 am
Hospitalaria y Educativa	45	35
Residencial	50	40
Residencial mixta	55	45
Comercial	60	50
Comercial mixta	65	55
Industrial	70	65

**Fuente:** Atlas ambiental del Distrito Metropolitano de Quito- 2008

**Elaboración:** Eduardo Guerrero

**d) Regulación de la circulación vehicular pico y placa:** Pico y Placa es una medida para regular la circulación vehicular; se aplica en las horas pico de la mañana 07h00 a 09h30 y de la tarde 16h00 a 19h30. Esta medida busca contribuir a la reducción de problemas relacionados con la movilidad tales como la congestión, los accidentes y la contaminación ambiental por emisiones de gases y ruido.

**e) Gestión de Residuos Sólidos:** constituye el conjunto de acciones que se realizan con los residuos sólidos, desde que son generados hasta su última fase de tratamiento (reducción, separación, recolección, transferencia, transporte, tratamiento y disposición final). El aumento de la generación de residuos, fruto del incremento demográfico, junto con las malas prácticas o falta de un manejo adecuado de los mismos representa un gran riesgo para la salud y la calidad de vida, así como una constante amenaza para los ecosistemas.

La Empresa Pública Metropolitana de Aseo de Quito, EMASEO EP, es la institución adscrita al Municipio de Quito encargada del barrido y recolección de residuos sólidos domiciliarios e industriales no peligrosos, barrido del espacio público, baldeo de plazas emblemáticas y transporte de residuos del Norte, Centro, Sur, y Parroquias no descentralizadas de Quito.

A partir del año 2003, comenzó a operar el relleno sanitario del Inga, con el fin de solucionar el problema que generó el vertedero de Zámbriza, el mismo que funcionó por más de 21 años y por el cual se causaron una serie de problemas ambientales, como la polución del suelo, del aire y de las aguas superficiales y subterráneas de la zona.

### 3.3.3 Características y percepciones de la Demanda

El análisis de la Demanda es fundamental para la comprensión integral del sector turístico de un destino. A continuación se analizarán las principales características cuantitativas y cualitativas de la demanda, así como la percepción que tuvo sobre la visita a la ciudad.

#### 3.3.3.1 Llegada de Turistas no residentes

Para el año 2012 llegaron 519.554 turistas no residentes, de los cuales el 93,94% corresponde a turistas extranjeros y el 6,06% a turistas ecuatorianos. Es importante observar que el crecimiento en la llegada de turistas a la ciudad ha sido irregular, se observa una disminución del 2,04% en el año 2009 como consecuencia de la crisis internacional. A partir de entonces ha mejorado en el incremento de turistas año a año, teniendo para el 2012 un incremento del 8,79% de turistas no residentes extranjeros. En los últimos cinco años se ha incrementado la llegada de turistas en un 24,34%.

**Tabla 39:** Llegada de turistas extranjeros y ecuatorianos a la ciudad de Quito

Turistas no Residentes	2007	2008	2009	2010	2011	2012	% 2012
Extranjeros	358.679	441.759	424.832	428.415	448.602	488.044	93,94%
% Crecimiento anual		23,16%	-3,83%	0,84%	4,71%	8,79%	
Ecuatorianos	59.174	29.740	37.033	45.806	38.776	31.510	6,06%
% Crecimiento anual		-49,74%	24,52%	23,69%	-15,35%	-18,74%	
Total turistas	417.853	471.499	461.865	474.221	487.378	519.554	100%
% Crecimiento anual		12,84%	-2,04%	2,68%	2,77%	6,60%	
Crecimiento 07-12						24,34%	

**Fuente:** Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico (EPMGDT), Quito – Turismo

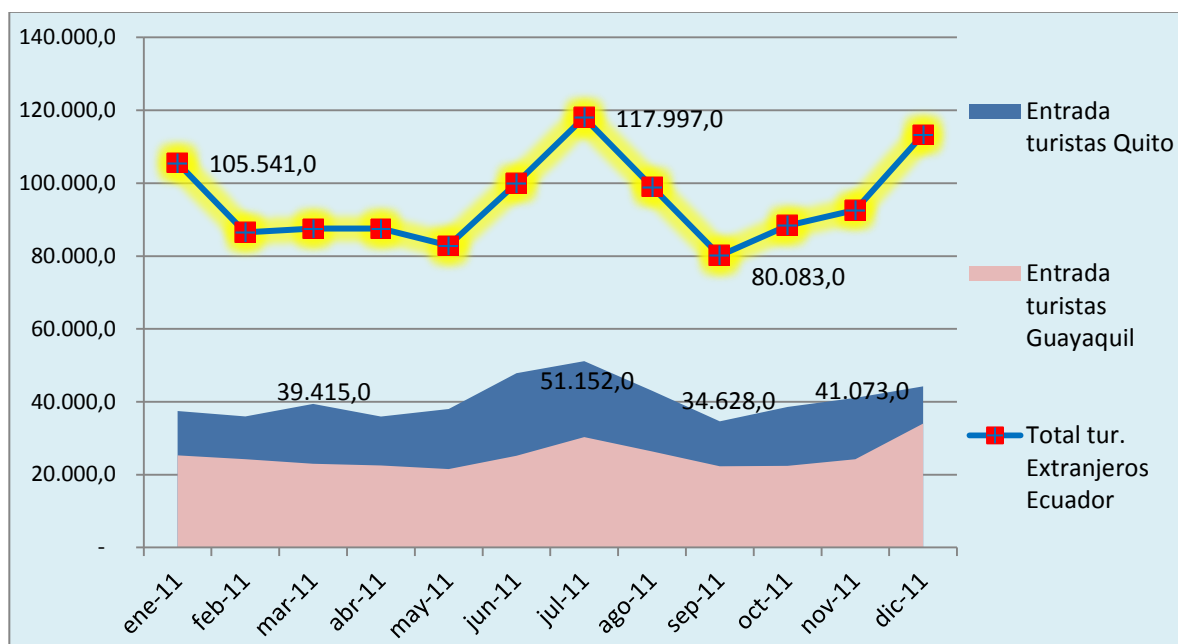
**Elaboración:** Eduardo Guerrero

**Estacionalidad de la demanda:** el sector turístico en la ciudad de Quito está caracterizado por la estacionalidad de su demanda, la misma que genera diversas estrategias entre los agentes encargados de su gestión; sin embargo, es muy difícil reducirla, pues se explica, en gran medida, por factores de orden cultural y climatológico, los que a su vez, retro-alimentan su dinamismo. En la ciudad, el pico de actividad del turismo extranjero se presenta para el año 2011 en el mes de julio, en tanto que el mes de menor actividad, se situó en febrero.

La tendencia en la entrada de turistas a nivel nacional es similar a la entrada de turistas por las ciudades de Quito y Guayaquil (Véase el gráfico 48).



**Gráfico 48:** Estacionalidad de la demanda turística Ecuador, Quito y Guayaquil año 2011



**Fuente:** Dirección Nacional de Migración, Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico (EPMGDT), Quito - Turismo

**Elaboración:** Eduardo Guerrero

### 3.3.3.2 Perfil del turista

**a) País de Nacionalidad:** los últimos 5 años Estados Unidos como Colombia han sido los países que mayor cantidad de turistas han emitido a la ciudad de Quito. Los 10 principales emisores de turistas a la ciudad contribuyen con el 67% del total (sin contar con los turistas no residentes ecuatorianos), de los cuales 4 países son provenientes de Sudamérica, 2 de Norteamérica y 4 de Europa (Véase la Tabla 40).

Es importante recalcar el considerable crecimiento de turistas procedentes de países como Venezuela (100,83%), México (90,75%), Argentina (71,43%), y Australia (54,51%) en los últimos cuatro años. Así mismo llama la atención el bajo porcentaje de turistas procedentes de Perú, el cual pese a ser un país limítrofe solo contribuyó con el 2,45% del total en el año 2011.

**b) Sexo:** para el año 2011 el 53% de turistas fueron de sexo masculino mientras el 47% femenino. En los últimos años se ha mantenido la misma tendencia.

**c) Edad:** el rango de edades más común va desde los 21 a los 65 años, con lo cual se aprecia que a la ciudad llegan turistas sobre todo de la población económicamente activa. Igualmente, se puede constatar que la oferta turística es variada pues los gustos y preferencias cambian considerablemente de un rango de edad a otro (Véase el gráfico 49).

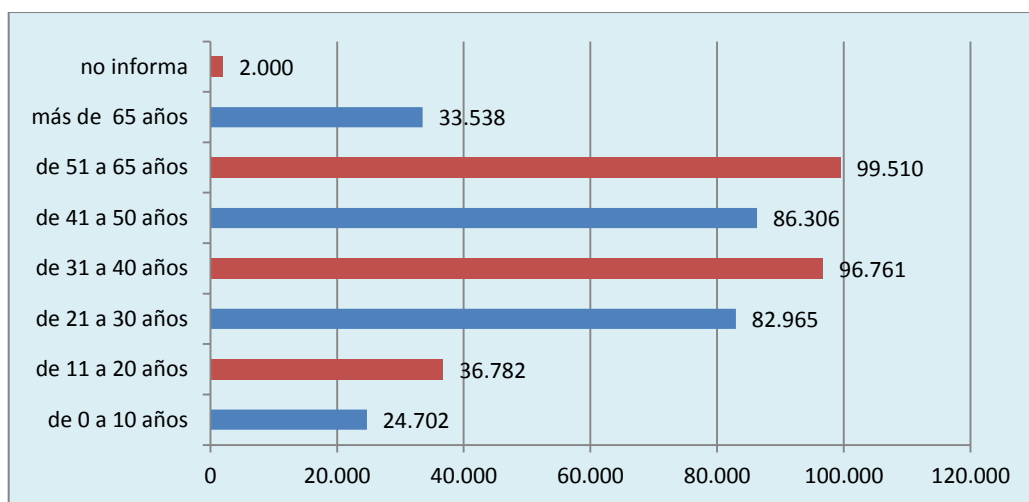
**Tabla 40:** Llegada de turistas no residentes a la ciudad de Quito por nacionalidad

País de nacionalidad	Años					Tasa de variación 07-11	% año 2011
	2007	2008	2009	2010	2011		
Estados Unidos	117.965	137.145	129.755	121.864	130.322	10,48%	26,74%
Colombia	47.048	52.106	43.430	51.412	52.109	10,76%	10,69%
Ecuador	59.174	29.740	37.033	46.847	37.985	-35,81%	7,79%
España	23.631	28.061	32.514	31.834	32.928	39,34%	6,76%
Venezuela	10.818	16.149	19.488	18.782	21.726	100,83%	4,46%
Canadá	13.254	15.887	15.696	16.010	16.914	27,61%	3,47%
Alemania	13.905	16.722	16.567	15.720	16.810	20,89%	3,45%
Argentina	8.683	11.393	10.625	13.396	14.885	71,43%	3,05%
Reino Unido	18.068	20.324	17.438	14.144	14.284	-20,94%	2,93%
Francia	10.921	13.487	13.560	13.277	12.750	16,75%	2,62%
Perú	8.779	10.051	10.812	10.624	11.949	36,11%	2,45%
Chile	8.457	10.632	9.472	9.077	11.897	40,68%	2,44%
México	6.118	8.193	8.221	9.318	11.670	90,75%	2,39%
Brasil	7.139	10.214	8.869	9.559	10.183	42,64%	2,09%
Suiza	5.136	5.735	5.535	5.313	5.604	9,11%	1,15%
Australia	4.043	5.703	5.146	5.596	6.247	54,51%	1,28%
Otros	54.714	79.957	77.708	81.448	79.115	44,60%	16,23%
<b>Total</b>	<b>417.853</b>	<b>471.499</b>	<b>461.865</b>	<b>474.221</b>	<b>487.378</b>	<b>16,64%</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico (EPMGDT), Quito - Turismo

**Elaboración:** Eduardo Guerrero

**Gráfico 49:** Llegada de turistas no residentes a la ciudad de Quito por edad año 2011



**Fuente:** Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico (EPMGDT), Quito - Turismo

**Elaboración:** Eduardo Guerrero

**d) Motivo del Viaje:** el 78% de los turistas arribaron a la ciudad por motivos turísticos, a este le sigue otros con el 14%, eventos 4,52% y negocios con el 3,11%. Se aprecia que la participación del turismo de negocios es considerablemente baja. Con lo cual se evidencia la poca interacción que se esta manteniendo con el mundo en este tema.

**Tabla 41:** Llegada de turistas no residentes a la ciudad de Quito por motivo año 2011

Motivo de viaje	Turistas	%
<b>Turismo</b>	382,402	78.46%
<b>Estudios</b>	1,673	0.34%
<b>Negocios</b>	15,138	3.11%
<b>Eventos</b>	22,020	4.52%
<b>Otros</b>	66,145	13.57%
<b>Total</b>	<b>487,378</b>	<b>100.00%</b>

**Fuente:** Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico (EPMGDT), Quito - Turismo

**Elaboración:** Eduardo Guerrero

### 3.3.3.3 Gasto turístico y Estancia media<sup>37</sup>

El gasto turístico según la OMT (1997) constituye “Todo gasto de consumo efectuado por un visitante o por cuenta de un visitante, durante su desplazamiento y su estancia en el lugar de destino”

En el mes de Junio del 2012 arribaron a la ciudad 45.225 visitantes, los mismos que gastaron 25,2 millones de dólares. Con lo cual se registra un gasto medio por turista de 557 dólares y una estancia media de 9,3 días. En los últimos 4 años el crecimiento de estas cifras ha sido irregular, sin embargo se encuentra un crecimiento del 14,4% para el gasto medio y de 3 días para la estancia media<sup>38</sup>.

**Tabla 42:** Gasto turístico mensual de turistas no residentes en la ciudad de Quito

Turista	Junio-08	Junio-09	Junio-10	Ago-11	Junio-12	Crec. 08-12
<b>Gasto Total</b>	22.185.545	28.653.234	22.374.057	24.825.399	25.190.325	<b>13,5%</b>
<b># Turistas</b>	45.584	46.796	46.093	43.036	45.225	<b>-0,8%</b>
<b>Gasto Medio \$</b>	<b>487</b>	<b>612</b>	<b>485</b>	<b>577</b>	<b>557</b>	<b>14,4%</b>
<b>Estancia Media (días)</b>	<b>6,3</b>	<b>8,2</b>	<b>6,9</b>	<b>7,9</b>	<b>9,3</b>	<b>3 días</b>

**Fuente:** Quito-Turismo *Gasto y perfil del turista 2010, 2011 y 2012*

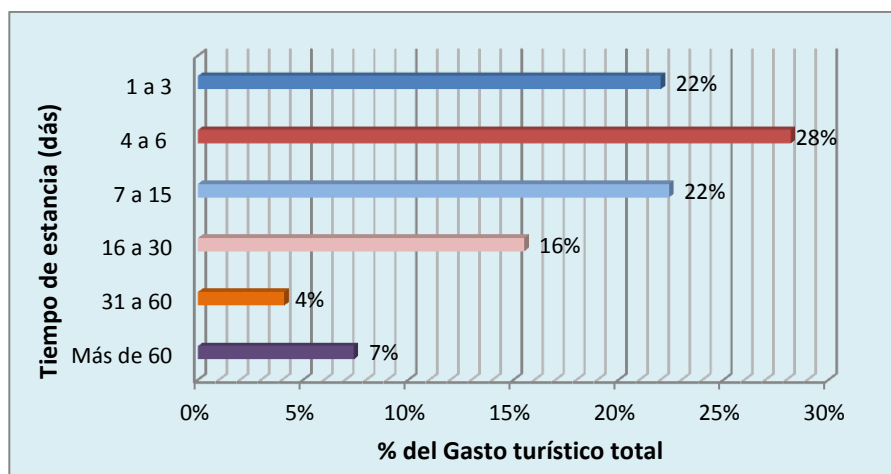
**Elaboración:** Eduardo Guerrero

<sup>37</sup> El análisis del gasto, estancia media, así como la percepción que tuvieron los turistas sobre la ciudad, se fundamenta en encuestas realizadas a turistas en el Aeropuerto Mariscal Sucre en los meses: Junio-2008, Junio-2009, Junio-2010, Agosto- 2011 y Junio-2012 por Quito-Turismo. Para conocer la metodología estadística y detalles de la investigación, revisar el anexo d.

<sup>38</sup> Al analizar la estacionalidad de la demanda se puede apreciar que los meses de junio y agosto tienen un comportamiento similar en cuanto a entrada de turistas, razón por la cual se puede realizar la comparación entre las cifras que presentan.

Relacionando la estancia media con el gasto total, se encuentra que los turistas que permanecen en la ciudad de 1 a 15 días contribuyen con el 72% del gasto.

**Gráfico 50:** Gasto turístico total y tiempo de estancia, Quito Junio-2012

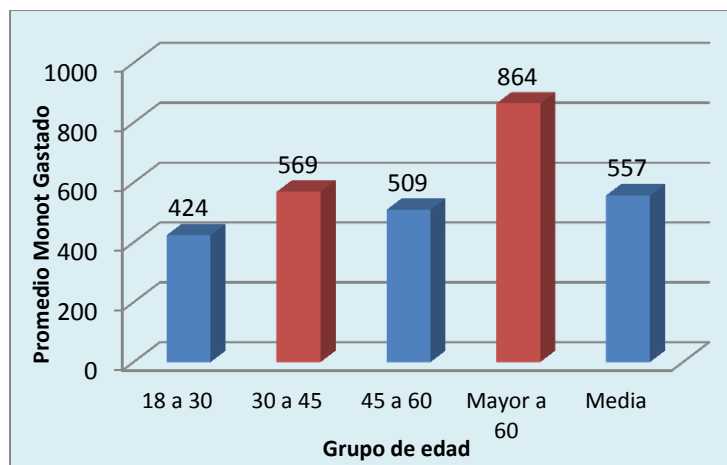


**Fuente:** Quito-Turismo *Gasto y perfil del turista 2012*

**Elaboración:** Eduardo Guerrero

Por grupo etáreo, los turistas mayores a 60 años, tiene un gasto considerablemente más alto (\$864), de modo similar, el grupo que presente un gasto menor es el de 18 a 30 años con un gasto medio de \$424.

**Gráfico 51:** Monto medio del Gasto y grupo de edad, Quito Junio-2012



**Fuente:** Quito-Turismo *Gasto y perfil del turista 2012*

**Elaboración:** Eduardo Guerrero

En cuanto al nivel de instrucción y gasto, se puede apreciar que la mayor parte de turistas tienen educación superior (52,13%) y contribuyen similarmente con el gasto (53,39%). La relación similar entre porcentaje de gasto, como del número de visitantes se mantiene para los otros niveles de educación.

**Tabla 43:** Nivel de instrucción y Gasto, Quito Junio-2012

Instrucción	# Visitantes	%	Gasto Miles \$	%
Primaria	803	1,78%	780	3,10%
Secundaria	10.349	22,88%	4.931	19,58%
Superior	23.574	52,13%	13.446	53,39%
Postgrado	10.498	23,21%	6.029	23,94%
<b>Total</b>	<b>45.224</b>	<b>100,00%</b>	<b>25.186</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Quito-Turismo ***Gasto y perfil del turista 2012***

**Elaboración:** Eduardo Guerrero

**Destino del gasto turístico:** sabiendo que el gasto turístico total de los visitantes no residentes gira en torno a los 25 millones de promedio mensual (en temporada alta). Los establecimientos que reciben la mayor cantidad de recursos son los de alimentación (24,9 %), alojamiento (19,5 %), transporte (12,1%) y compra de artesanías (10%), que acumulan cerca del 67% del gasto total.

**Tabla 44:** Destino del gasto turístico (miles de dólares), Quito Junio-2012

Destino del Gasto	Monto	% Total
Alimentación	6.280	24,93%
Alojamiento	4.913	19,51%
Compra de Artesanías	2.507	9,95%
Diversión/entretenimiento	1.834	7,28%
Compra de bienes	1.623	6,44%
Taxi en Quito	1.279	5,08%
Transporte Aéreo interno	1.159	4,60%
Servicios culturales	431	1,71%
Transporte interprovincial	362	1,44%
Alquiler de Vehículos	243	0,96%
Otros	4.557	18,09%
<b>Total Gasto</b>	<b>25.188</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Quito-Turismo ***Gasto y perfil del turista 2012***

**Elaboración:** Eduardo Guerrero

### 3.3.3.4 Sitios Visitados

La ciudad de Quito presenta un sinnúmero de atractivos turísticos<sup>39</sup> que son aprovechados por las y los turistas que arriban a la ciudad. Quito se ha estado posicionando como un destino selectivo, más no masivo, aprovechando sus ventajas histórico-culturales, así como el entorno natural en el que se encuentra.

Los sitios más visitados dentro de la ciudad, deben interpretarse como la primera impresión de las y los informantes y figura el Centro Histórico, el Teleférico y la Mariscal.

**Tabla 45:** Atractivos turísticos más visitados en la ciudad de Quito, Junio 2012

Lugar	%	Lugar	%
Centro Histórico	35,10%	Centros comerciales	6,10%
Teleférico	11,50%	La Ronda	4,20%
El Panecillo	9,20%	Parques	4,00%
La Mariscal	9,10%	Mercado Artesanal	3,00%
Iglesias	6,30%	Plaza Foch	2,40%
Museos	6,20%	Otros	2,90%
		<b>Total</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Quito-Turismo *Gasto y perfil del turista 2012*

**Elaboración:** Eduardo Guerrero

En los alrededores de la ciudad destacan las visitas realizadas a la Mitad del Mundo, lugar que llamó el interés del 60% de las y los turistas. A demás dentro de las preferencias figuran varias parroquias rurales del Distrito, las mismas que en su mayoría forman parte de circuitos turísticos efectuados a través de excursiones que se organizan desde la ciudad, como la ruta de las flores, la avenida de los volcanes, etc.

**Tabla 46:** Atractivos turísticos más visitados en las cercanías de Quito, Junio 2012

Cercanías de Quito			
Lugar	%	Lugar	%
Mitad del Mundo	59,80%	Píntag	2,70%
Papallacta	8,00%	Conocoto	2,40%
Cayambe	6,00%	El Quinche	2,20%
Cumbayá	5,30%	La Merced	1,80%
Sangolquí	4,70%	Guayllabamba	0,90%
Tumbaco	3,80%	Otros	2,40%
		<b>Total</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Caracterización del turismo receptor en el DMQ. N-2 (Sep-2012), Quito-Turismo

**Elaboración:** Eduardo Guerrero

<sup>39</sup> Ver Recursos Turísticos de la ciudad de Quito, páginas 81-86.

### 3.3.3.5 Evaluación de los servicios turísticos de la ciudad

El análisis de la satisfacción que tuvo el visitante, en cuanto a los productos y servicios que consumió en la ciudad de Quito, permitirá establecer estrategias para posicionar a la ciudad como un destino turístico en el cual, la calidad, la eficiencia y la sostenibilidad sean los baluartes que permitan al turista disfrutar de los atractivos que la ciudad ofrece. Mejorando de este modo la posición competitiva que tiene la ciudad frente a la competencia.

Desde esta perspectiva, si el o la turista eligió visitar Quito, entre una gran variedad de competidores con distintos productos, marcas y precios, cabe preguntarse cuál fue la satisfacción que el turista percibió al finalizar su visita. Esta configurará la imagen del destino, la misma que constituye las ideas o conceptos que tenga una persona o un colectivo sobre un determinado lugar OMT (1979). Por lo tanto, la imagen que perciban los turistas sobre un lugar es muy importante, pues constituye uno de los determinantes de la demanda a la hora de elegir y recomendar un destino turístico.

Se analizarán los siguientes puntos:

- Las potencialidades de regreso manifestadas por el turista.
- La voluntad de recomendar a Quito como destino turístico a visitar.
- El nivel de satisfacción experimentado en el consumo de los principales bienes y servicios turísticos: alojamiento, alimentación y transporte.

**a) Expectativas de nuevos viajes a Quito:** De los 45.225 turistas no residentes que arribaron a la ciudad en junio del 2012, el 59% (26.265) indicaron que tenían expectativas de volver a la ciudad, mientras el 41% (18.960) no expresaron ningún criterio al respecto. Del total de visitantes con intenciones de volver, el 37% lo haría solo, el 17% con su familia y el 5% con sus amigos.

**Tabla 47:** Expectativas de retorno a la ciudad de Quito, Junio 2012

Con expectativas de retorno	Hombres	Mujeres	Total
Si	34%	25%	59%
No	21%	20%	41%
Total	54%	46%	100%

**Fuente:** Quito-Turismo *Gasto y perfil del turista 2012*

**Elaboración:** Eduardo Guerrero

Las expectativas de retorno son aceptables, sin embargo, el objetivo para el futuro será lograr que más del 59% de turistas tengan intenciones de volver a la ciudad.

**b) Recomendación de visita a Quito:** la evaluación es positiva, ya que el 90,83% de turistas harán una recomendación positiva de la ciudad, el 6,60% no lo hará y el 2,56% se muestra indiferente del tema (Véase la tabla 48).

**Tabla 48:** Recomendación a Quito como destino turístico a visitar, Junio 2012

Recomendación	Turistas	%
Positiva	41.080	90,83%
Negativa	2.985	6,60%
No Informa	1.160	2,56%
<b>Total</b>	<b>45.225</b>	<b>100,0%</b>

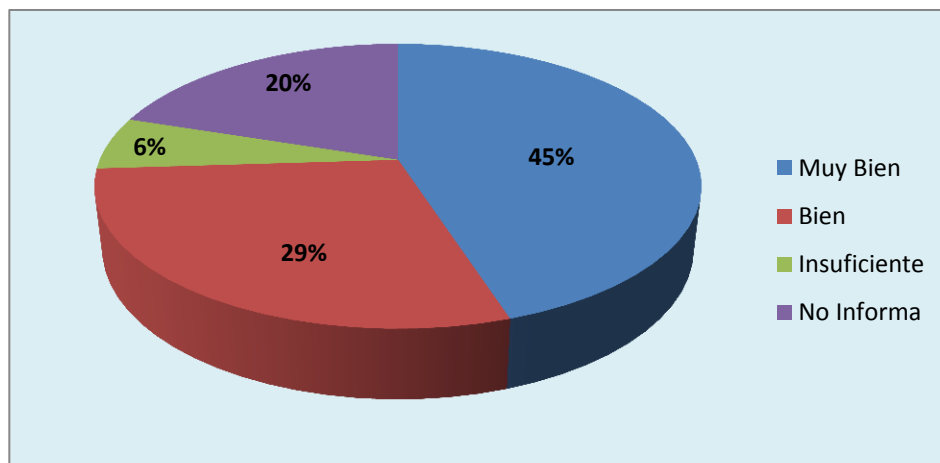
**Fuente:** Quito-Turismo *Gasto y perfil del turista 2012*

**Elaboración:** Eduardo Guerrero

**c) Nivel de satisfacción:** las y los turistas, consumidores de bienes y servicios en el destino que han escogido, orientan sus decisiones de consumo en función de la oferta que le retribuye más utilidad. La misma que se configura en función a los precios, seguridad, higiene y cordialidad. En este sentido, el nivel de satisfacción dará luces sobre la percepción que tuvo el turista sobre su experiencia al consumir los servicios más relevantes de la demanda (alojamiento, 20 %, alimentación, 25 % y transporte, 12 %) en tanto que significan el 57 % del gasto total realizado en la ciudad de Quito.

Según una primera evaluación general de la satisfacción percibida por las y los turistas consultados, el 74% evaluó positivamente al conjunto de los servicios mencionados, en las categorías: muy bien (45%) y bien (29%).

**Gráfico 52:** Nivel de satisfacción de las y los turistas no residentes en el consumo de servicios de alojamiento, alimentación y transporte, junio 2012



**Fuente:** Quito-Turismo *Gasto y perfil del turista 2012*

**Elaboración:** Eduardo Guerrero



A la par, el 6% de turistas no residentes consideraron que los servicios fueron insuficientes para sentirse satisfechos y el 20% no dio información al respecto.

Con esta primera estimación se puede constatar que pese a que el 74% evaluó positivamente, es necesario trabajar para incrementar la calidad general de estos servicios turísticos hacia la excelencia e incrementar consecuentemente la percepción que fueron atendidos “muy bien”. La categoría “no informa” que responde el 20% de las y los encuestados indicaría indiferencia, con lo cual se pone en evidencia que el servicio entregado no fue memorable ni bueno.

En la evaluación por sector, el servicio de alimentación tiene una tendencia positiva del 76%, para el 4% la calidad fue insuficiente y el 20% no informa, porcentajes similares se presentan para el servicio de alojamiento. El servicio de transporte presenta una evaluación positiva del 75%, sin embargo, las calificaciones de “muy bien” son las más bajas (38%) e “insuficiente” presenta un 10%.

**Tabla 49:** Evaluación de la calidad del servicio, sectores de Alojamiento, Alimentación y Transporte, Junio 2012

Servicio Turístico	Muy Bien	Bien	Insuficiente	No Informa	Total
Alojamiento	47%	24%	3%	26%	100%
Alimentación	50%	26%	4%	20%	100%
Transporte	38%	37%	10%	15%	100%

**Fuente:** Quito-Turismo *Gasto y perfil del turista 2012*

**Elaboración:** Eduardo Guerrero

Al realizar un análisis puntual de los determinantes que se han evaluado en la encuesta (seguridad, higiene, cordialidad, oportunidad y precios), se encontró un balance positivo para el sector de alojamiento, al cual se valora con la mejor puntuación a la seguridad. La calificación “insuficiente” recibe alrededor del 1% para los cuatro parámetros analizados.

El sector de Alimentación tiene un balance positivo en todos los parámetros con excepción de los precios, donde la mayoría de las y los encuestados no informaron al respecto.

Para el sector de Transporte, las calificaciones son similares para los cinco parámetros, el 7% y 8% de las y los encuestados calificó los parámetros del servicio como “muy bien” y “bien” mientras el 2% y 3% los calificó como “insuficiente” y “no informa” (Véase la Tabla 50).

**Tabla 50:** Parámetros de evaluación, sectores de Alojamiento, Alimentación y Transporte, Junio 2012

Evaluación	Sector de Alojamiento					
	Seguridad	Higiene	Cordialidad	Oportunidad	Precios	Total
Muy Bien	13%		12%	11%	11%	47%
Bien	9%		5%	5%	5%	24%
Insuficiente	1%		0%	1%	1%	3%
No Informa	2%		8%	8%	8%	26%
Total	25%		25%	25%	25%	100%
Balance (respuestas positivas menos negativas)						
Positivo	22%	0%	17%	16%	16%	71%
Insuficiente-Incierto	3%	0%	8%	9%	9%	29%
Saldo Alojamiento	19%	0%	9%	7%	7%	42%
Evaluación	Sector de Alimentación					
	Seguridad	Higiene	Cordialidad	Oportunidad	Precios	Total
Muy Bien	9%	11%	12%	11%	7%	50%
Bien	5%	7%	6%	7%	1%	26%
Insuficiente	0%	1%	1%	1%	1%	4%
No Informa	6%	1%	1%	1%	11%	20%
Total	20%	20%	20%	20%	20%	100%
Balance (respuestas positivas menos negativas)						
Positivo	14%	18%	18%	18%	8%	76%
Insuficiente-Incierto	6%	2%	2%	2%	12%	24%
Saldo Alimentación	8%	16%	16%	16%	-4%	52%
Evaluación	Sector de Transporte					
	Seguridad	Higiene	Cordialidad	Oportunidad	Precios	Total
Muy Bien	7%	7%	8%	8%	8%	38%
Bien	8%	8%	7%	7%	7%	37%
Insuficiente	2%	2%	2%	2%	2%	10%
No Informa	3%	3%	3%	3%	3%	15%
Total	20%	20%	20%	20%	20%	100%
Balance (respuestas positivas menos negativas)						
Positivo	15%	15%	15%	15%	15%	75%
Insuficiente-Incierto	5%	5%	5%	5%	5%	25%
Saldo Transporte	10%	10%	10%	10%	10%	50%

**Fuente:** Quito-Turismo *Gasto y perfil del turista 2012*

**Elaboración:** Eduardo Guerrero

### 3.3.3.6 Fidelización

El análisis de la cantidad de visitas que han realizado las y los turistas no residentes en la ciudad, permitirá conocer la capacidad que tiene la ciudad para fidelizar a los turistas que han conocido sus atractivos.

Se puede apreciar que el 55,9% del total de turistas que arribaron a la ciudad en el mes de junio registra más de una visita, con lo cual se distingue que la ciudad tiene una muy buena capacidad para fidelizar al cliente.

Los países con mayor cantidad de viajeros frecuentes son Chile, Colombia, Grecia, Portugal y Suiza. Es importante subrayar que los países que emiten la mayor cantidad de turistas a la ciudad (EE.UU y Colombia) presentan un importante porcentaje de turistas que han llegado por más de una vez a visitarla.

**Tabla 51:** Número de visitas a la ciudad de Quito, turistas no residentes, junio 2012

País	1era Visita	2da Visita	3ra Visita	4ta Visita	5ta Visita	6 o más	Total	% Más de 1 visita
Chile	19,2%	23,6%	23,4%	30,8%	0,0%	3,0%	100,0%	80,8%
Colombia	23,4%	22,6%	14,7%	11,5%	9,9%	17,9%	100,0%	76,6%
Grecia	23,4%	22,6%	14,7%	11,5%	9,9%	17,9%	100,0%	76,6%
Portugal	27,8%	30,5%	6,5%	8,0%	7,9%	19,3%	100,0%	72,2%
Suiza	35,3%	29,7%	16,6%	0,0%	0,0%	18,4%	100,0%	64,7%
Irlanda	46,0%	22,9%	17,7%	2,7%	2,9%	7,8%	100,0%	54,0%
España	46,2%	22,8%	5,7%	5,6%	5,8%	13,9%	100,0%	53,8%
Rumania	46,2%	22,7%	5,8%	5,6%	5,8%	13,9%	100,0%	53,8%
EE.UU	49,1%	18,1%	8,1%	6,6%	3,1%	15,0%	100,0%	50,9%
Bélgica	49,1%	18,1%	8,1%	6,6%	3,1%	15,0%	100,0%	50,9%
Japón	68,9%	10,9%	5,0%	8,8%	0,0%	6,4%	100,0%	31,1%
Total	44,1%	20,3%	9,7%	7,6%	4,1%	14,2%	100,0%	55,9%

**Fuente:** Quito-Turismo *Gasto y perfil del turista 2012*

**Elaboración:** Eduardo Guerrero

## 3.4 Conclusiones del modelo

### 3.4.1 Recursos

La ciudad de Quito tiene grandes ventajas comparativas, en función de sus recursos heredados; naturales, histórico, y culturales. Lo más representativo en términos turísticos es, sin duda, el legado histórico, arquitectónico y cultural que se puede apreciar en su centro histórico. La ciudad presenta un clima templado y se encuentra rodeada de una amplia gama de recursos naturales diversos y únicos. Su ubicación y la gran diversidad natural que presenta el Ecuador, permite al turista acceder a entornos y pisos climáticos totalmente distintos en muy poco tiempo. Estos factores, junto con la amabilidad de su gente, dan a la ciudad un gran potencial turístico y una buena posición en términos comparativos. Sin embargo, estos recursos son muy sensibles y deben ser manejados con el mayor de los cuidados.

En cuanto a los recursos creados, la infraestructura turística de la ciudad presenta una adecuada capacidad instalada en establecimientos de alimentación y alojamiento. Este sector ha tenido un crecimiento positivo en cuanto a capacidad instalada y beneficios en los últimos años, lo que da cuenta del crecimiento del sector turístico de la ciudad. Dentro de la infraestructura de entretenimiento turístico que ofrece la ciudad resaltan: la Mitad del mundo, El Teleférico, la clásica Estación de trenes de Chimbacalle y los recién establecidos Buses de Turismo. Estos constituyen como unos de los principales atractivos que la ciudad ofrece.

Los factores y recursos de soporte permiten el desarrollo de la competitividad de un destino turístico, pues posibilita acceder a los atractivos turísticos que un destino posee. Quito cuenta con una red de carreteras de primer orden, que permiten acceder a otros atractivos del país en muy poco tiempo. En cuanto a la dotación de servicios básicos, Quito tiene una cobertura casi total. Es la ciudad del país con mayor cobertura en servicios de telecomunicación, que incluye zonas gratuitas de Internet inalámbrico en áreas históricas y emblemáticas.

Si bien el nuevo aeropuerto constituye una oportunidad para el crecimiento económico de la ciudad. La conectividad con el mundo es aún limitada, no se ha llamado la atención de nuevas aerolíneas y los problemas de acceso por falta de vías, limitan por el momento los beneficios que podrían derivarse del nuevo aeropuerto.

### **3.4.2 Entorno**

El sector turístico de la ciudad se encuentra organizado y gestionado a través de varias Instituciones y organizaciones tanto públicas como privadas que permiten su correcto funcionamiento a la vez que planifican su accionar y la situación del mismo en el futuro.

Económicamente, el país ha mantenido un ritmo de crecimiento estable en los últimos años, las tasas de desempleo han bajado y la inflación ha permanecido en un dígito. Sin embargo, el entorno económico a nivel mundial permanece inestable y altamente imprevisible. El país se presenta como un país poco amigable con las inversiones extranjeras, lo que provoca la baja participación del turismo de negocios en la ciudad. Quito, a más de ser la capital administrativa del Ecuador, según los últimos datos oficiales, es la ciudad con mayor dinamismo económico del país.

En los últimos años la ciudad ha presentado un considerable crecimiento en la cantidad de turistas. Los últimos 5 años Estados Unidos como Colombia han sido los países que mayor cantidad de turistas han emitido a la ciudad de Quito. Es importante recalcar el considerable crecimiento de turistas procedentes de países como Venezuela, Argentina y Australia en los últimos años. Así mismo llama la atención el bajo porcentaje de turistas procedentes de Perú, el cual pese a ser un país limítrofe solo contribuyó con el 2,45% del total en el año 2011.

La evaluación general sobre posibilidad de regreso, la voluntad de recomendar a la ciudad, así como el nivel de satisfacción experimentado en el consumo de los principales servicios turísticos, en general es

positiva. Estos resultados explican la capacidad que tiene la ciudad para fidelizar, el 55,9% del total de turistas que arribaron a la ciudad en el mes de junio registró más de una visita.

Por otro lado, la ciudad, en el área urbana como rural enfrenta varios problemas relacionados a la contaminación del aire, el agua y el suelo. Caracterizados principalmente por niveles elevados de ruido, así como excedencias a la norma de la calidad del aire, relacionadas con el material particulado que se presenta en la atmosfera, sobre todo en lugares con alto tráfico vehicular.

La movilidad en la ciudad es aún limitada y se desarrolla en condiciones ineficientes que afectan a la economía, salud y seguridad de la población, por los altos niveles de contaminación ambiental, tiempos altos para realizar desplazamientos, índices de accidentalidad elevados, altos niveles de ruido e impacto estético negativo. La debilidad e ineficiencia del sistema de transporte público han incentivado el uso del transporte privado, llegando a presentarse un crecimiento anual del 10%, generando congestión y contaminación.

Igualmente en términos de seguridad, a pesar que la cantidad de homicidios ha disminuido en los últimos años, el delito contra personas presenta cifras elevadas, por lo que será imprescindible establecer políticas para brindar mayor seguridad y confianza en la ciudad. Esto depende sobre todo de las entidades públicas relacionadas y de la estructura institucional y legislativa vigente.

La cantidad de turistas ha tenido un crecimiento considerable en los últimos años. Quito tiene muchas fortalezas en cuanto al valor de sus atractivos y a la gestión en relación al sector turístico y a su entorno, muestra de ello son los reconocimientos que ha recibido de instituciones internacionales relacionadas con el turismo y la cultura. Con lo cual la imagen de la ciudad se ha hecho más llamativa en el mundo. Sin embargo, aún presenta un sin número de problemas que tienen relación directa e indirecta con el sector, dentro de los cuales sobresalen la inseguridad, movilidad, contaminación ambiental y limitada conectividad aérea.

A continuación se realizará la matriz F.O.D.A. del sector turístico, analizando su entorno interno y externo en función de la información obtenida en la investigación.

## ***Análisis F.O.D.A***

El turismo es una actividad que tiene importantes impactos económicos, socio-culturales y medio ambientales. Por lo cual es importante planificar el desarrollo del mismo tomando en cuenta los factores externos e internos que lo afectan. Para Getz, (1987) la planificación turística es el proceso que se basa en la investigación y la evaluación, y que busca optimizar la potencial contribución del turista al bienestar humano y a la calidad ambiental. Constituye un proceso dinámico y flexible que permite la adaptación a aquellas circunstancias que son cambiantes.

El objetivo de la planificación turística sería el de crear destinos de calidad, mejorando la eficiencia y la conservación de los recursos que permiten el desenvolvimiento del sector.

### **Análisis FODA**

Para tener una clara visión del sector turístico de la ciudad de Quito, se analizó su entorno tanto interno como externo, definiendo sus Fortalezas, Debilidades, Amenazas y Oportunidades. Con lo cual se podrá establecer objetivos estratégicos que permitan el desarrollo competitivo y sustentable del sector en el tiempo.

#### **4.1 Factores Internos**

Consiste en identificar y evaluar las Fortalezas y Debilidades internas del sector turístico de la ciudad de Quito. Constituye un elemento fundamental en el que debe basarse la formulación estratégica, identificándose los factores sobre los que recae el diagnóstico, para minimizar las debilidades y afianzar las fortalezas, para que se conviertan en factores competitivos distintivos.

Como se puede apreciar en la Tabla 52, se han determinado once fortalezas y seis debilidades que la ciudad posee en términos turísticos<sup>40</sup>. En las fortalezas sobresale el Centro Histórico como Patrimonio Cultural de la humanidad, la diversidad presente en el Ecuador, el clima, así como el desarrollo de factores de soporte y gestión como la vialidad, políticas de calidad y capacitación. En cuanto a las debilidades, se encuentran problemas de inseguridad, falta de promoción, movilidad, contaminación ambiental y limitada conectividad aérea.

Como balance entre fortalezas y debilidades, se encuentra una posición interna relativamente fuerte, pues se obtiene una calificación ponderada de 2,81, superior a la media de 2,5. Con lo cual se evidencia que pese a las debilidades presentes y sobre las cuales se debe trabajar, el sector turístico de Quito tiene una posición interna favorable por sus atractivos y por la gestión que se ha venido realizando con relación al sector turístico y a su entorno.

---

<sup>40</sup> A cada factor se asignó un peso dada la importancia relativa del mismo para alcanzar el desarrollo del sector. Así mismo se dio una calificación entre uno y cuatro a cada uno de los factores a efecto de indicar si el factor representa una debilidad mayor (1), una debilidad menor (2), una fortaleza menor (3) o una fortaleza mayor (4). Así, las calificaciones se refieren al sector turístico de Quito, mientras que los pesos se refieren a la industria.

**Tabla 52:** Matriz de evaluación de los factores internos, sector turístico ciudad de Quito

#	Factores determinantes	Peso	Calificación	Total ponderado
<b>Fortalezas</b>				
1	Reconocimiento de Quito como Patrimonio Cultural de la Humanidad, por la belleza y conservación del centro histórico.	0,10	4,00	0,40
2	La diversidad natural y cultural presente en el Ecuador, constituye un complemento ideal de los atractivos que la ciudad ofrece.	0,07	3,00	0,21
3	La atención y amabilidad de la gente son reconocidas en el mundo.	0,08	4,00	0,32
4	Red vial de primer orden, que permite tener una excelente conectividad con otros atractivos turísticos del país.	0,08	4,00	0,32
5	Quito, es una de las puertas de entrada a Las Islas Galápagos, reconocidas a nivel mundial.	0,06	3,00	0,18
6	Buena relación existente entre precios y productos, competitivamente mejor con respecto a la competencia.	0,05	4,00	0,20
7	Creciente profesionalización de los actores turísticos en la ciudad.	0,05	4,00	0,20
8	Quito cuenta con una cobertura casi total de servicios básicos y presenta la mayor cobertura de internet en el país.	0,06	3,00	0,18
9	Clima templado con temperaturas que van desde los 10 a los 27 °C.	0,03	3,00	0,09
10	Política de calidad turística establecida e incentivada con el Distintivo Q.	0,03	4,00	0,12
11	Servicio de policía turística y 10 puntos de información con personal capacitado ya existentes.	0,02	3,00	0,06
<b>Debilidades</b>				
1	Altos niveles de delitos contra personas, generan imagen de inseguridad.	0,07	1,00	0,07
2	Insuficiente promoción y posicionamiento de la imagen turística de Quito.	0,09	1,00	0,09
3	Limitada conectividad aérea de Quito con el mundo.	0,07	2,00	0,14
4	Niveles elevados de ruido, así como excedencias a la norma de la calidad del aire, relacionadas con el material particulado que se presenta en la atmosfera, sobre todo en lugares con alto tráfico vehicular.	0,05	2,00	0,10
5	La movilidad en la Ciudad es aún limitada y se desarrolla en condiciones ineficientes, generando tráfico vehicular y contaminación ambiental.	0,05	1,00	0,05
6	Equipamiento turístico de baja calidad en parroquias y alrededores.	0,04	2,00	0,08
	<b>TOTAL</b>	<b>1,00</b>		<b>2,810</b>

**Elaboración:** Eduardo Guerrero

#### 4.2 Factores externos

Constituye la identificación y evaluación de factores competitivos, sociales, políticos, económicos y tecnológicos determinantes, para revelar las oportunidades y amenazas que presenta el entorno. Las tendencias y los hechos externos son procesos que el sector turístico de Quito no puede controlar directamente.

**Tabla 53:** Matriz de evaluación de los factores externos, sector turístico ciudad de Quito

#	Factores determinantes	Peso	Calificación	Total ponderado
<b>Oportunidades</b>				
1	Quito es la única del país que cuenta con una institución dedicada íntegramente al fomento del desarrollo turístico, La Empresa Metropolitana Quito Turismo.	0,10	4,00	0,40
2	El Plan Q-2012 de Quito-Turismo, establece los principales lineamientos sobre los cuales se establecerán políticas de fomento turístico para Quito.	0,07	3,00	0,21
3	Importante proceso de crecimiento económico de países vecinos como Colombia y Perú.	0,09	4,00	0,36
4	El proceso de globalización y la difusión del internet en el mundo, permiten hacer llegar la propuesta turística de Quito con mayor facilidad.	0,07	3,00	0,21
5	Nuevo Aeropuerto de Quito entrará en funcionamiento el 23/02/2013.	0,07	4,00	0,28
6	El Ministerio de Turismo ha establecido una estrategia clara para promocionar al Ecuador en el mundo con el lema: "Ecuador ama la Vida"	0,06	3,00	0,18
7	Campaña de conservación del petróleo en el suelo del Yasuní, contribuye con una imagen de sostenibilidad al país.	0,06	3,00	0,18
8	Ecuador designado por 5to año consecutivo como el mejor destino en el mundo para jubilados y Quito reconocido por National Geographic como uno de los 20 destinos turísticos a ser visitados en el mundo para el 2013.	0,05	4,00	0,20
9	Establecimiento de políticas municipales que favorecen la difusión de las artes y la apropiación del espacio público.	0,03	3,00	0,09
10	La construcción del Metro de Quito, iniciará en diciembre de 2013.	0,05	3,00	0,15
11	Plan para la revitalización del Centro Histórico de Quito a ejecutarse en el año 2013.	0,05	4,00	0,20
<b>Amenazas</b>				
1	Ciudades como Bogotá o Lima han tenido un proceso de posicionamiento y consolidación acelerado en los últimos años.	0,09	1,00	0,09
2	Recursos limitados para el manejo del sector turístico en la ciudad.	0,06	2,00	0,12
3	Entorno económico inestable a nivel mundial.	0,08	1,00	0,08
4	Ecuador se presenta como un país poco amigable con las inversiones extranjeras, debido a su inestable política tributaria y a la falta de seguridad jurídica.	0,05	1,00	0,05
5	Imagen permanente de conflictos políticos y de pérdida de libertades en el exterior.	0,02	2,00	0,04
6	El proceso de globalización y la difusión del internet en el mundo, permiten hacer llegar la propuesta turística de la competencia con mayor facilidad.	0,07	2,00	0,14
	<b>TOTAL</b>	<b>1,00</b>		<b>2,840</b>

**Elaboración:** Eduardo Guerrero

Como se puede apreciar en la matriz de evaluación de los factores externos, se identificaron once fortalezas y seis amenazas para el sector turístico de Quito. Como oportunidades para el sector,



sobresalen la existencia de Quito-Turismo como institución que gestiona el desarrollo del sector, el crecimiento económico de países vecinos, la generalización de tecnologías como el internet en el mundo, la gestión de instituciones como el Ministerio de Turismo o el Municipio de Quito, el reconocimiento de instituciones internacionales, así como la apertura del nuevo aeropuerto y la construcción del metro.

Las principales amenazas para la ciudad serían: el acelerado posicionamiento en términos turísticos de ciudades como Lima o Bogotá; un entorno económico inestable sobre todo en países desarrollados; la poca capacidad para atraer inversiones extranjeras; el internet y el uso que puede dar la competencia para posicionarse y la imagen de conflictos e inestabilidad política presente en el país.

Como resultado se obtiene un puntaje de 2,84, lo que indica que las estrategias del sector turístico de la ciudad están respondiendo de forma aceptable, si se aprovecha las oportunidades y minimizando las amenazas existentes en la industria. Sin embargo siendo la calificación más alta 4, es necesario mejorar la posición de la ciudad en relación a los factores externos que la afectan.

#### **4.3 Matriz FODA**

Esta matriz es un instrumento que permite desarrollar cuatro tipos de estrategias en función de la interacción entre debilidades, oportunidades, fuerzas y amenazas del sector. Con lo cual se pretende mejorar la competitividad de la ciudad en un marco de sostenibilidad.

**Estrategias (FO):** permiten aprovechar las oportunidades que presenta el entorno, en función de las principales fortalezas que presenta la ciudad.

- Establecer un plan de promoción integral de la ciudad a través de internet y otros canales tecnológicos.
- Aumentar la efectividad de los canales de promoción y difusión del destino.
- Promocionar en la ciudad el turismo de reuniones, congresos y eventos.
- Integrar adecuadamente los atractivos turísticos del país con la ciudad de Quito.

**Estrategias (DO):** son concebidas para minimizar las debilidades que tiene la ciudad, tomando en cuenta las oportunidades que ofrece el entorno.

- Desarrollar un plan integral de movilidad que se complemente con la construcción del Metro.
- Gestionar nuevas rutas aéreas y el establecimiento de nuevas aerolíneas.
- Establecer proyectos para financiar emprendimientos turísticos, así como para el mejoramiento de instalaciones.
- Establecer políticas de seguridad ciudadana y refuerzo de vigilancia en sitios turísticos.
- Desarrollar una gestión y coordinación adecuadas de facilitación turística.

**Estrategias (FA):** permiten aprovechar las fortalezas para minimizar las amenazas que tendrá que enfrentar la ciudad en términos turísticos.

- Establecer estrategias para elevar el nivel de productos como artesanías o la gastronomía.
- Recaltar el valor de Quito como Patrimonio Cultural de la Humanidad.
- Promoción interna de Quito, como opción para feriados y días festivos.

**Estrategias (DA):** Constituyen estrategias de prevención para mitigar las debilidades tomando en consideración las amenazas del entorno.

- Establecer parámetros de calidad mínimos de aplicación obligatoria.
- Establecer una política tributaria estable al mediano plazo.
- Implementar productos turísticos innovadores.
- Diversificar la demanda, para generar protección ante eventuales crisis.

El cumplimiento de las mencionadas estrategias permitirá cumplir con los siguientes objetivos estratégicos:

- Potenciar los atractivos ya consolidados elevando su calidad y a su vez fomentar el desarrollo de nuevos para que los beneficios del turismo sean distribuidos por toda la sociedad.
- Incrementar el índice de satisfacción y seguridad de las y los turistas extranjeros y nacionales.
- Mejorar la posición de la ciudad en Latinoamérica como destino turístico.
- Incrementar el impacto económico redistributivo del sector turístico en la ciudad.
- Conservar adecuadamente los recursos naturales, culturales e históricos que caracterizan y dan valor a la ciudad.

**Tabla 54:** Matriz FODA para el sector turístico de Quito

	<b>Fortalezas (F)</b>	<b>Debilidades (D)</b>
<b>Matriz FODA, sector turístico ciudad de Quito</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Quito como Patrimonio Cultural de la Humanidad</li> <li>- Diversidad natural y cultural de el Ecuador</li> <li>- Atención y amabilidad de la gente</li> <li>- Red vial de primer orden</li> <li>- Quito, es una de las puertas de entrada a Las Galápagos</li> <li>- Buena relación existente entre precios y productos</li> <li>- Creciente profesionalización de los actores turísticos</li> <li>- Servicios básicos e importante cobertura de internet</li> <li>- Clima templado</li> <li>- Política de calidad turística establecida</li> <li>- Policía turística y 10 puntos de información ya existentes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Altos niveles de delitos contra personas.</li> <li>- Insuficiente promoción y posicionamiento de la imagen turística de Quito.</li> <li>- Limitada conectividad aérea.</li> <li>- Niveles elevados de ruido y excesivo material particulado en lugares con alto tráfico vehicular.</li> <li>- La Movilidad en la Ciudad es limitada y se desarrolla en condiciones ineficientes.</li> <li>- Equipamiento turístico de baja calidad, especialmente en parroquias y alrededores.</li> </ul>
<b>Oportunidades (O)</b>	<b>Estrategias (FO)</b>	<b>Estrategias (DO)</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Quito-Turismo, gestiona el turismo de la ciudad.</li> <li>- El Plan Q2012 establece las políticas de fomento turístico.</li> <li>- Crecimiento económico de países como Colombia y Perú.</li> <li>- La globalización y el internet, permiten hacer llegar la propuesta turística de Quito con mayor facilidad.</li> <li>- Próxima apertura del Nuevo Aeropuerto de Quito</li> <li>- Promoción del Ecuador a cargo del Ministerio de Turismo.</li> <li>- El Yasuní y su conservación, mejoran la imagen del país.</li> <li>- Ecuador y Quito reconocidos por instituciones internacionales como destino turístico.</li> <li>- Políticas municipales para mejorar el espacio público.</li> <li>- Construcción del nuevo metro de Quito.</li> <li>- Plan para revitalizar al centro histórico.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Establecer un plan de promoción integral de la ciudad a través de internet y otros canales tecnológicos.</li> <li>- Aumentar la efectividad de los canales de promoción y difusión del destino.</li> <li>- Promocionar en la ciudad el turismo de reuniones, congresos y eventos.</li> <li>- Integrar adecuadamente los atractivos turísticos del país con la ciudad de Quito.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Desarrollar un plan integral de movilidad que se complemente con la construcción del Metro.</li> <li>- Gestionar nuevas rutas aéreas y el establecimiento de nuevas aerolíneas.</li> <li>- Establecer proyectos para financiar emprendimientos turísticos, así como para el mejoramiento de instalaciones.</li> <li>- Establecer políticas de seguridad ciudadana y refuerzo de vigilancia en sitios turísticos.</li> <li>- Desarrollar una gestión y coordinación adecuadas de facilitación turística.</li> </ul>
<b>Amenazas (A)</b>	<b>Estrategias (FA)</b>	<b>Estrategias (DA)</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Posicionamiento y consolidación de Bogotá o Lima.</li> <li>- Recursos limitados para la gestión turística.</li> <li>- Entorno económico inestable a nivel mundial.</li> <li>- Ecuador se presenta como un país poco amigable con las inversiones extranjeras.</li> <li>- Imagen de conflictos políticos y de pérdida de libertades en el exterior.</li> <li>- La globalización y el internet, permiten hacer llegar la propuesta turística de la competencia con mayor facilidad.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Establecer estrategias para elevar el nivel de productos como artesanías o la gastronomía.</li> <li>- Recalcar el valor de Quito como Patrimonio Cultural de la Humanidad.</li> <li>- Promoción interna de Quito, como opción para feriados y días festivos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Implementar productos turísticos innovadores</li> <li>- Diversificar la demanda, para generar protección ante eventuales crisis.</li> <li>- Establecer una política tributaria estable al mediano plazo.</li> <li>- Establecer parámetros de calidad mínimos de aplicación obligatoria.</li> </ul>

**Elaboración:** Eduardo Guerrero

## ***Conclusiones***

Quito tiene una notable conectividad con otros atractivos nacionales, por las características del país y las vías de primer orden que se han construido en los últimos años. En este aspecto se encuentra mejor posicionado que ciudades como Bogotá o Lima, las cuales se encuentran más separadas de otros destinos del mismo país, incrementando los costos de transporte para el turista.

La movilidad en la Ciudad es aún limitada y se desarrolla en condiciones ineficientes, con lo cual se genera tráfico y contaminación ambiental, esto afecta a la economía, seguridad y salud de la ciudadana.

La ciudad registró altos niveles de delitos contra personas, en el año 2011 se incrementó en un 20,31%. La cantidad real de los mismos fue mayor pues solamente se consideraron delitos de acción pública los hurtos que superen los \$600.

Los principales problemas del aire que presentó la ciudad están relacionados a la excesiva cantidad de material particulado fino, grueso y partículas sedimentables, que provienen de la erosión eólica, tráfico en vías sin pavimento, actividades de construcción, procesos de combustión (industria y vehículos) e incendios forestales y quemas.

En la ciudad se presentaron niveles elevados de ruido todos los días de la semana, entre 61 db y 64 db, sobre todo en lugares con alto tráfico vehicular.

La Empresa Metropolitana Quito Turismo fue la encargada de promover y gestionar el desarrollo del sector turístico de la ciudad, junto con esta se articulan otras instituciones que de igual manera contribuyeron con su desarrollo, como la Fundación Museos de la Ciudad, el Instituto Metropolitano de Patrimonio cultural, entre otras.

Se ha efectuado una buena coordinación entre Quito-Turismo y los operadores turísticos privados, para la organización de eventos y ferias, así como para la realización de planes de gestión para el desarrollo del sector turístico en la ciudad.

El sector turístico en la ciudad de Quito está caracterizado por la estacionalidad de su demanda, el pico de actividad del turismo extranjero se presentó en el mes de julio, en tanto que el mes de menor actividad, se situó en febrero.

El incremento en la entrada de turistas a la ciudad fue irregular en los últimos años, debido a las crisis internacionales. Sin embargo, en los últimos cinco años se incrementó la llegada de turistas en un 24,34%. Los 10 principales emisores de turistas contribuyeron con el 67% del total, de los cuales figuran históricamente Estados Unidos y Colombia. Perú contribuyó únicamente con el 2,45% de turistas en el año 2011.

En el año 2001 el 78% de los y las turistas arribaron a la ciudad por motivos turísticos, a este le sigue otros con el 14%, eventos 5% y negocios con el 3%. De estos, la distribución entre sexo masculino y femenino fue similar. El rango de edades más común fue desde los 21 a los 65 años.

Cada turista registró un gasto medio de \$557 y una estancia media de 9,3 días para el año 2012. Los turistas que permanecieron en la ciudad de 1 a 15 días contribuyeron con el 72% del gasto. El grupo de edad que mayor gasto presentó, fue el de turistas mayores de 60 años con un gasto medio de \$864.

Los establecimientos que recibieron la mayor cantidad de recursos fueron los de alimentación (24,9 %), alojamiento (19,5 %), transporte (12,1%) y compra de artesanías (10%), que acumularon cerca del 67% del gasto total.

El centro histórico de Quito constituye el principal atractivo de la ciudad, se lleva la primera impresión de las y los turistas, a este le sigue El Teleférico, El Panecillo y La Mariscal.

El 59% de turistas indicó que tenía expectativas de volver a la ciudad, mientras el 41% no expresó ningún criterio al respecto. Igualmente, el 90,83% de visitantes manifestó la intención de hacer una recomendación positiva de la ciudad, el 6,60% no lo hará y el 2,56% se mostró indiferente del tema.

Según la evaluación general de la satisfacción percibida por las y los turistas en cuanto a la atención recibida en establecimientos de alimentación, alojamiento y transporte, el 74% evaluó positivamente al conjunto de servicios mencionados, en las categorías: muy bien (45%) y bien (29%). A la par, el 6% de turistas consideraron que los servicios fueron insuficientes para sentirse satisfechos y el 20% no dio información al respecto.

Quito tiene una muy buena capacidad para fidelizar al cliente, el 55,9% del total de turistas que arribaron a la ciudad en el mes de junio registró más de una visita. Los países con mayor cantidad de viajeros frecuentes son Chile, Colombia, Grecia, Portugal y Suiza.

El sector turístico de Quito, si bien presenta varias debilidades y amenazas a superar, se encuentra en una buena posición competitiva por la gestión que se ha venido realizando con relación al sector turístico y a su entorno, por los factores y recursos de soporte que permiten acceder a sus atractivos, así como por mantener un entorno político y económico estable. La eficiencia económica, la conservación ambiental y la equidad social garantizarán un crecimiento sostenible de la actividad y permitirán que las expectativas de crecimiento futuras sean positivas para el sector.

## ***Recomendaciones***

La estrategia de producto debe potenciar los atractivos ya consolidados, es indispensable recalcar el valor del Centro Histórico como Patrimonio Cultural de la Humanidad, preservar adecuadamente sus encantos y mejorar la calidad de bienes y servicios que en la zona se ofrecen. A su vez, se debe fomentar el desarrollo de nuevos productos innovadores, para que los beneficios del turismo sean distribuidos por toda la sociedad.

La estrategia de mercado debe priorizar el incremento del flujo de turistas de países cercanos como Perú y Chile que tienen una baja participación en la entrada de turistas, pese a la cercanía con el país, junto con países con una buena capacidad adquisitiva.

Fomentar la inversión privada en el sector, a través de incentivos y garantías legales. Con el fin de mejorar el capital humano, la modernización e innovación de la industria, la diversificación y diferenciación de la oferta.

Establecer estrategias para elevar la calidad y promoción de productos como las artesanías o la gastronomía, pues tienen un gran potencial de crecimiento y dan cuenta de la riqueza cultural del país.

Aumentar la efectividad de los canales de promoción y difusión del destino, haciendo continuas evaluaciones en función de los resultados esperados y abriendo nuevas posibilidades de promoción ligadas a las nuevas tecnologías disponibles.

Mejorar la promoción de la ciudad en el país, como opción para feriados y días festivos.

Incrementar el índice de satisfacción de las y los turistas, implementando parámetros de calidad mínimos y desarrollando mecanismos de evaluación y control para la oferta turística.

Gestionar la apertura de nuevas rutas aéreas estratégicas y hacerlas comercialmente operativas, junto con el establecimiento de nuevas aerolíneas, para mejorar la conectividad aérea de Quito con el mundo.

Reforzar la vigilancia en los principales lugares turísticos y establecer políticas para mejorar eficientemente la respuesta ante posibles problemas de seguridad.

Promover la conservación del entorno natural y urbano, la recuperación y desarrollo de tradiciones y raíces culturales, así como establecer objetivos claros en cuanto a la reducción del ruido ambiental, emisiones de gases contaminantes y el incremento en la cantidad de desechos reciclados.

## Referencias bibliográficas

### Libros

Acerenza, Miguel Ángel (2009) ***Competitividad de los destinos turísticos***. México: Trillas.

Ayala, Enrique (2008) ***Resumen de Historia del Ecuador***. Quito: Corporación Editora Nacional.

Cooper Chris, Wanhill Stephen, Fletcher John (1993) ***Tourism Principles and Practic***. Great Britain: Pitman Publishing.

Dwyer Larry, Chulwon Kim (2003) ***Destination Competitiveness: A Model and Determinants***. Australia: University of Western Sídney, Korea: Keimyung University.

Fondo Monetario Internacional (1993), ***Manual de Balanza de pagos***: Washington.

Goeldner Charles, Ritchie Brent (2011) ***Turismo: Planeación, administración y perspectivas***, (3ª ed) México: Limusa.

Gómez, Espelosín (2000) ***Geografía y viajeros en la antigua Grecia***, España: Akal.

Hall Derek, Richards Greg (2000), ***Tourism sustainable community development***, USA: Routledge.

Jenkins Carson, Lickorish Leonard (1997) ***Una introducción al turismo***. Madrid: Síntesis.

Mesplier Alain, Secall Rafael (2000) ***Geografía Del Turismo en el Mundo***. Madrid: Síntesis.

Ministerio de Industria y turismo de España (1992) ***Plan Marco de Competitividad del Turismo Español, Futures***.

Porter, Michael (1990) ***La ventaja competitiva de las naciones***. Barcelona: Plaza & Janés.

Porter, Michael (1985) ***Ventaja competitiva: Creación y sostenibilidad de un rendimiento superior***. España: Pirámide.

Porter, Michael (2006) ***Estrategia y ventaja competitiva***. Barcelona: Deusto.

Sáez Antonia, Martín Pablo, Pulido Juan (2006) ***Estructura económica del turismo***, España: Síntesis.

Sancho, Amparo (1997) ***Introducción al Turismo***. Organización Mundial de Turismo.

Sancho, Amparo (2001) **Metodología de la investigación en turismo**. Organización Mundial de Turismo.

Tsai Henry, Haiyan Song, Kevin Wong (2009) **Tourism and Hotel competitiveness research**: Journal of Travel & Tourism Marketing.

Tribe, Jhon (2000) **Economía del ocio y el Turismo**. (2ª. Ed) España: Síntesis

Valenti Giovana, Avaro Dante, Casalet Mónica (2008) **Instituciones, sociedad del conocimiento y mundo del trabajo**. México: Plaza y Valdez.

Velasco, María (2004) **La política turística. Gobierno y Administración Turística en España (1951-2004)**. España: Política y Sociedad.

Vellas, Francois (2004) **Economía y política del turismo internacional**. España: Síntesis

Weilbacher William (1993) **El Marketing de la Marca**. España: Gránica

## Tesis

Donoso, Magdalena (2004) **Análisis del sector turístico ecuatoriano: Su importancia, condicionamientos y perspectivas**. (Disertación de grado), Facultad de economía de la PUCE, Ecuador.

Ortiz, Pamela (2009) **Análisis del sector turístico en la economía ecuatoriana. Subsector bares y restaurantes**. (Disertación de grado), Facultad de economía de la PUCE, Ecuador.

Montes de Oca, Carolina (2008) **Historia del turismo en el Ecuador: crónica del viaje al turismo como actividad económica**. (Disertación de grado), Facultad de ciencias humanas de la PUCE, Ecuador.

Sandoval, Gabriela (2005) **Determinación del nivel de competitividad del sector turístico en la ciudad de Otavalo**. (Disertación de grado), Facultad de economía de la PUCE, Ecuador.

## Libros y artículos electrónicos

Alcaldía del Distrito Metropolitano de Quito (2008) **Plan Maestro de Movilidad para el Distrito Metropolitano de Quito 2008-2025**. Empresa de Movilidad y Obras Públicas, EMMOP-G. [http://www.flacsoandes.org/biblio/shared/biblio\\_view.php?bibid=118765&tab=opac](http://www.flacsoandes.org/biblio/shared/biblio_view.php?bibid=118765&tab=opac) [Consulta: 23 de Septiembre de 2012]

Alcaldía del Distrito Metropolitano de Quito (2008) **Atlas ambiental del Distrito Metropolitano de Quito (Manejo de residuos sólidos)**. Secretaría de Ambiente. <http://www.quitoambiente.com/index.php/documentos-gestion-ambiental> [Consulta: 05 de Agosto de 2012]



- Alcaldía del Distrito Metropolitano de Quito (2012) **Boletín de ocupación hotelera nº 66 – 67.**  
[http://www.captur.travel/web2011/estadisticas\\_turisticas/estadisticas\\_hoteleras.html](http://www.captur.travel/web2011/estadisticas_turisticas/estadisticas_hoteleras.html)  
 [Consulta: 14 de Octubre de 2012]
- Alcaldía del Distrito Metropolitano de Quito (2012) **Plan vial de Quito.**  
[http://www.inviertaenquito.com.ec/index.php?option=com\\_content&view=article&id=35&Itemid=90&lang=es](http://www.inviertaenquito.com.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=35&Itemid=90&lang=es) [Consulta: 5 de Octubre de 2012]
- América Economía **Ranking: Las mejores ciudades para hacer negocios en América Latina.**  
<http://rankings.americaeconomia.com/2010/mejoresciudades/a-escala-humana.php> [Consulta: 02 de Noviembre de 2012]
- Baidal, Josep (2001) **Planificación y gestión del Turismo Sostenible: Propuestas para la creación de un sistema de indicadores**, Universidad de Alicante  
<http://www.cervantesvirtual.com/bib/portal/IIGG/planificacion.pdf> [Consulta: 23 de Abril de 2012]
- Crouch, Geoffrey (2007) **Modelling destination competitiveness: a survey and analysis of the impact of competitiveness attributes.** Australia: Sustainable Tourism Pty Ltd.  
[http://www.sustainabletourisonline.com/awms/Upload/Resource/bookshop/Crouch\\_modelDestnComp-web.pdf](http://www.sustainabletourisonline.com/awms/Upload/Resource/bookshop/Crouch_modelDestnComp-web.pdf) [Consulta: 08 de Marzo de 2012]
- Ministerio de turismo del Ecuador (2009) **Plan estratégico de desarrollo de turismo sostenible para Ecuador, Plandetur 2020.** [http://www.turismo.gob.ec/documentos/plandetur\\_2020.pdf](http://www.turismo.gob.ec/documentos/plandetur_2020.pdf)  
 [Consulta: 20 de marzo de 2012]
- Ministerio de turismo del Ecuador (2009) **Plan integral de Marketing turístico de Ecuador, PIMTE 2014.**  
[http://www.turismo.gob.ec/documentos/PIMTE\\_2014\\_Turismo\\_Internacional.pdf](http://www.turismo.gob.ec/documentos/PIMTE_2014_Turismo_Internacional.pdf) [Consulta: 13 de abril de 2012]
- Molinar Carlos, Conde Ernesto y Ramírez Rafael (2008) **La competitividad turística: imperativo para Manzanillo, Colima.** <http://www.teoriaypraxis.uqroo.mx/doctos/Numero5/Amaya-Conde-Covarrubias.pdf> [Consulta: 27 de Mayo de 2013]
- Municipio de Quito (2011) **Informe de seguridad ciudadana, Encuesta de victimización y percepción de la Inseguridad.** <http://omsc.quito.gob.ec/index.php/biblioteca-virtual/informes-anuales.html>  
 [Consulta: 14 de Noviembre de 2012]
- Organización Mundial de Turismo. **Barómetros del turismo mundial**  
<http://mkt.unwto.org/es/barometer> [Consulta: 20 de Marzo de 2012]

Proaño, Nancy ***Guión unificado, centro histórico.***

[http://www.quitoturismo.gob.ec/index.php?option=com\\_content&task=view&id=539&Itemid=171](http://www.quitoturismo.gob.ec/index.php?option=com_content&task=view&id=539&Itemid=171) [Consulta: 27 de Agosto de 2012]

Quito-Turismo ***Gasto y perfil del turista 2010, 2011 y 2012***

[http://www.quito-turismo.gob.ec/index.php/estadisticas/gasto-y-perfil-del-turista\\_](http://www.quito-turismo.gob.ec/index.php/estadisticas/gasto-y-perfil-del-turista_) [Consulta: 08 de Noviembre de 2012]

Quito-Turismo ***Plan estratégico de turismo de Quito, Plan Q 2012.***

<http://www.optur.org/quito-plan-turistico-2012.html> [Consulta: 8 de Julio de 2012]

Rendón, Alicia (2008) ***Guía para la práctica docente en el manejo integral de residuos sólidos urbanos.***

Quito: Dirección Metropolitana Ambiental. <http://www.quitoambiente.com/index.php/documentos-gestion-ambiental>. [Consulta: 10 de Agosto de 2012]

Secretaría de ambiente, ***Informe anual 2011, de la calidad del aire de Quito***

[http://remmaq.corpaire.org/paginas/articulos/aire\\_puro\\_04.pdf](http://remmaq.corpaire.org/paginas/articulos/aire_puro_04.pdf) [Consulta: 27 de Julio de 2012]

World Travel & Tourism Council (2011) ***Travel and Tourism economical impact 2011.***

[http://www.wttc.org/site\\_media/uploads/downloads/world2\\_2.pdf](http://www.wttc.org/site_media/uploads/downloads/world2_2.pdf) [Consulta: 12 de enero de 2012]

### **Artículos de periódico**

Entrevista al alcalde Augusto Barrera (2011, diciembre, 10) El problema del tráfico se resolverá en 2015 en Quito. ***Diario Hoy***, Ecuador

Entrevista al vicealcalde Jorge Albán (2012, julio, 10) Vicealcalde Albán admite que los problemas de Quito son graves. ***El Universo***, Ecuador.